

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMART TV* SAMSUNG PADA
KALANGAN MILENIAL DI TOKO BALI JAYA
ELEKTRONIK**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMART TV* SAMSUNG PADA
KALANGAN MILENIAL DI TOKO BALI JAYA
ELEKTRONIK**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

**Oleh
Kadek Sri Rahayu Darmayanti
NIM 2117041133**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

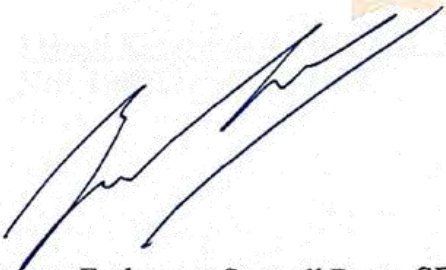
SKRIPSI

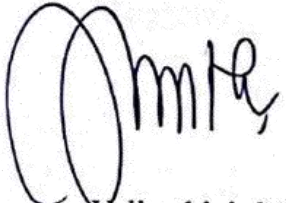
**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I,

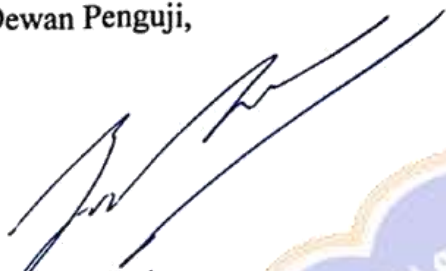
Pembimbing II,


Komang Endrawan Sumadi Putra, SE., M.M.
NIP. 198602112019031005


Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Skripsi oleh Kadek Sri Rahayu Darmayanti
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 04 Juni 2025

Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, SE., M.M. (Ketua)
NIP. 198602112019031005



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. (Anggota)
NIP. 198207292010122003



I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. (Anggota)
NIP. 198612252022031003

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

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 04 Juni 2025

Ketua Ujian, Mengetahui,
Sekretaris Ujian,


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 1968102919930320010


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi


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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian *Smart TV* Samsung pada Kalangan Milenial di Toko Bali Jaya Elektronik” beserta seluruh isisnya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/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, 04 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
REF78AMX240382543

Kadek Sri Rahayu Darmayanti

NIM. 2117041133

MOTTO

**"DALAM SETIAP LANGKAH, DALAM SETIAP PERJUANGAN,
KAMU TIDAK PERNAH BERJALAN SENDIRIAN".**

(BTS)



KATA PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi ini dengan tepat waktu.

Kepada Bapak Komang endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing I dan Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang dengan tukus dan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, saran, masukan, serta motivasi yang berharga sepanjang proses penyelesaian skripsi.

Kepada seluruh dosen yang telah membagikan ilmu yang berharga, kesabaran serta bimbingan dari Bapak/Ibu dosen yang meskipun tidak dapat saya sebutkan satu per satu, telah dengan penuh dedikasi membantu saya selama menjalani proses perkuliahan.

Kepada keluarga tercinta, Ketut Artika (Bapak), Ni Cening Sri Gumanti (Ibu), dan Putu Sri Shanti (Kakak) yang telah memberikan doa, nasihat, motivasi, dan kasih sayang. Terima kasih untuk segenap dukungannya yang akan terus menuntun perjalanan hidup saya.

Untuk teman-teman yang tidak dapat saya sebut satu persatu, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, dan dorongan semangat. Terima kasih untuk semangat yang kalian berikan.

Terima kasih.

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image* dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Smart TV* Samsung pada Kalangan Milenial di Toko Bali Jaya Elektronik**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, baik secara moral maupun material, dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 4) Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen dan Pembimbing Akademik yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
- 5) Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku pembimbing I saya yang senantiasa dengan setulus hati, penuh tanggung jawab dan selalu sabar dalam memberikan arahan, dukungan, semangat dan juga bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan dan solusi, serta dengan segala ketulusan dan kesungguhan hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, semangat dan motivasi selama penyelesaian skripsi ini.
- 7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- 8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu dalam memberikan informasi, pelayanan, dan petunjuk selama proses perkuliahan.

- 9) Seluruh staf dan karyawan Toko Bali Jaya Elektronik yang telah memberikan izin penelitian dan banyak membantu untuk melakukan penelitian ini.
- 10) Ayah dan Ibu tercinta, Ketut Artika dan Ni Cening Sri Gumanti, serta kakak tercinta, Putu Sri Shanti, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan semangat dan motivasi serta doa dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.
- 11) I Made Andika, yang tak kalah pentingnya, terima kasih sudah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada saya dan senantiasa memberikan semangat untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 12) Kepada Señorita, teman semasa SMA yang hingga kini masih setia kebersamai penulis, serta teman-teman Forkom 23/24 yang selalu memberikan dukungan, kebersamaan, dan motivasi yang tak pernah putus hingga saat ini.
- 13) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan akibat keterbatasan kemampuan yang ada. Oleh karena itu, untuk penyempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis juga berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat serta berguna bagi semua, terutama dalam mendukung perkembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 6 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO.....	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
PRAKATA.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	10
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 13
2.1 Deskripsi Teoritis.....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.2 <i>Brand Image</i>	15
2.1.3 <i>Lifestyle</i>	17
2.2 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Hubungan <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4 Kerangka Berpikir	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.1.1 Tempat Penelitian.....	29
3.1.2 Waktu Penelitian	29
3.2 Rancangan Penelitian	30
3.3 Subjek dan Objek Penelitian / Populasi dan Sampel.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat.....	33
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	37
3.4.3 Instrumen Pengumpulan Data.....	41
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.6 Pengujian Hipotesis	45
 BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Data	48
4.2 Pengujian Asumsi	51
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.3 Pengujian Hipotesis.....	59
4.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	59
4.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	60
4.3.3 Hubungan <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.4.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	61
4.4.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	68
4.4.3 Hubungan <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	75
4.5 Implikasi.....	79
4.6 Keterbatasan Penelitian	80

BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Rangkuman.....	81
5.2 Simpulan.....	83
5.3 Saran.....	84
DAFTAR RUJUKAN	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Data Pengguna <i>Smart</i> TV Tahun 2023	3
Tabel 1. 2 Data <i>Top Brand Index Smart</i> TV Tahun 2024	4
Tabel 1. 3 Data Penjualan <i>Smart</i> TV di Toko Bali Jaya Elektronik	5
Tabel 2. 1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional variabel Penelitian	33
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Terikat	34
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat (30 Sampel)	35
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terikat (30 Sampel)	36
Tabel 3. 5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3. 6 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Bebas	38
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas (30 Sampel).....	39
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas (30 Sampel)	40
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Glejser</i>	56
Tabel 4. 9 Ringkasan Hasil Output <i>SPSS</i> Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Lifestyle</i>	28
Gambar 4. 1 Grafik <i>P-Plot of Regression Standardized residual</i>	52
Gambar 4. 3 Grafik <i>Scatterplots</i>	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 3 Gambaran Umum Responden.....	95
Lampiran 4 Tabulasi Data (Hasil Data Responden).....	98
Lampiran 5 Hasil Output Perhitungan <i>SPSS for Windows Versi 25.0</i> Uji Validitas dan Reliabilitas	101
Lampiran 6 Hasil Output Perhitungan <i>SPSS for Windows Versi 25.0</i> Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 7 Hasil Output Perhitungan <i>SPSS for Windows Versi 25.0</i> Analisis Regresi Linear Berganda	106
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	108

