

**PENGARUH KESADARAN MEREK, GAYA HIDUP,
DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TABUNGAN
EMAS DI PEGADAIAN CABANG
SINGARAJA**

SKRIPSI



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

**Oleh:
Putu Putri Juniani
NIM. 2117041241**

**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**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010112003

Pembimbing II,



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015040001

Skripsi oleh Putu Putri Juniani

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal, 25 Juni 2025

Dewan Penguji,



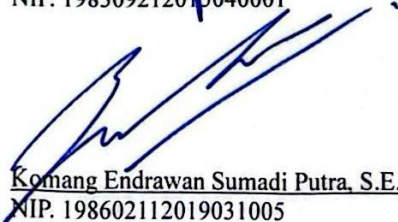
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010112003

(Ketua)



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015040001

(Anggota)



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Anggota)

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

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 25 Juni 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra Ni Made Suci, M. Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



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

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Kesadaran Merek, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Singaraja" beserta seluruh isinya adalah benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip 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 hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap karya saya ini.

Singaraja, 30 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Putu Putri Juniani
NIM. 2117041241

KATA PERSEMBAHAN

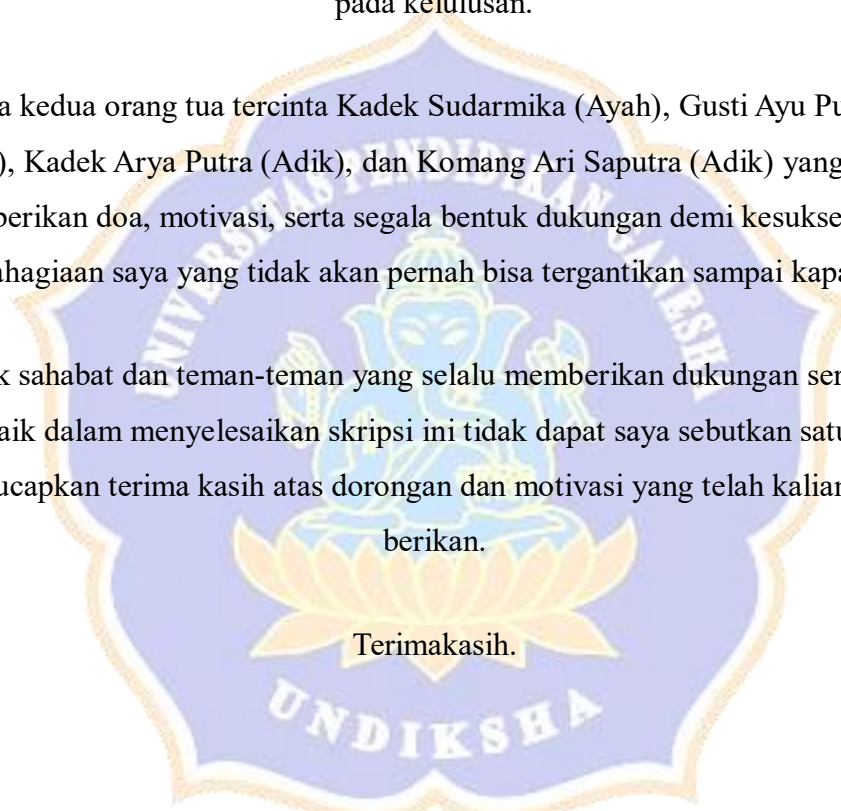
Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Kepada pembimbing Ibu Ini Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. dan Bapak Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. yang selalu memberikan bimbingan, saran, dan pengarajan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada kedua orang tua tercinta Kadek Sudarmika (Ayah), Gusti Ayu Putu Ratna (Ibu), Kadek Arya Putra (Adik), dan Komang Ari Saputra (Adik) yang selalu memberikan doa, motivasi, serta segala bentuk dukungan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya yang tidak akan pernah bisa tergantikan sampai kapanpun.

Untuk sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan serta kerja sama baik dalam menyelesaikan skripsi ini tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas dorongan dan motivasi yang telah kalian semua berikan.

Terimakasih.



MOTTO

"KARMANYE VADHIKARASTE MA PHALESHU KADACHANA"

(Lakukan kewajibanmu, tanpa mengikat diri pada hasilnya)

—Bhagavad Gita II.47



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Tuhan Yang Maha Esa) atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, yang mana skripsi dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pegadaian di Cabang Singaraja”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Diselesaikannya skripsi ini tidak luput dari bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak yang terlibat, sehingga penulis dapat mengatasi berbagai hambatan di dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., 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 Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang penuh tanggung jawab dan ketegasan di dalam memberikan bimbingan, arahan, saran, motivasi yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, motivasi, serta bimbingan sehingga penulis mampu menyelesaikan menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Lingkungan Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang sebelumnya telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan berlangsung.

8. Ibu Ini Luh Yuli Wulan Artini selaku pimpinan cabang Pegadaian Singaraja yang telah memberikan izin dalam melaksanakan penelitian dan memberikan dukungan pada proses pembuatan skripsi.
9. Teristimewa dan penulis banggakan yaitu kedua orang tua (Kadek Sudarmika dan Gusti Ayu Putu Ratna), selaku orang tua penulis yang tanpa henti dalam memberikan motivasi, doa, dan nasihat moral dalam setiap langkah penulis. Segala pencapaian ini adalah buah cinta, ketulusan, dan pengorbanan kalian yang tidak ternilai, terima kasih untuk segala.
10. Tidak lupa kepada adik-adik tercinta penulis (Kadek Arya Putra dan Komang Ari Saputra) serta dukungan material di dalam mendukung penulis dan menjadi penyemangat untuk terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
11. Terima kasih untuk orang terkasih (Made Vandit Baswatha Kori) selaku kekasih penulis yang sudah selalu menemani dan menjadi *support system* selama perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai. Semoga langkah dan perjuangan kita ini menjadi awal dari banyaknya cerita indah di depan.
12. Teruntuk sahabat penulis SMU (Putu Lemmya Putri Ardika & Siska Ayu Cahyani) yang sudah menemani serta menguatkan hari-hari menjadi lebih ringan dan bagian penting dalam perjalanan ini. Semoga persahabatan ini berlangsung selamanya.
13. Terima kasih sahabat “CELAMANYA” (Mya, Sri, Koko, Ferdinand, dan Marini) untuk selalu bersama di tempat magang hingga hari yang mungkin singkat, tapi kesannya akan selalu tinggal lama.
14. Teruntuk diriku sendiri, terima kasih telah berjalan sejauh ini. Di tengah lelah, ragu, dan segala proses yang tidak mudah dalam setiap melangkah. Skripsi ini tidak hanya hasil kerja keras, tetapi juga bukti bahwa sudah sejauh ini dalam menyelesaikan skripsi.
15. Seluruh teman-teman kelas H & kelas A (Pemasaran) 2021 yang sudah selalu membantu penulis hingga hari ini.
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan kemampuan yang

penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 5 Maret 2025

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	14
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian	14
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	16
BAB II KAJIAN TEORI.....	17
2.1 Keputusan Pembelian	17
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Kesadaran Merek	24
2.2.1. Pengertian Kesadaran Merek	24
2.2.2. Indikator Kesadaran Merek.....	25
2.3 Gaya Hidup	26
2.3.1. Pengertian Gaya Hidup	26
2.3.2. Indikator Gaya Hidup	27
2.4 Kelompok Referensi.....	28
2.4.1. Pengertian Kelompok Referensi	28
2.4.2. Indikator Kelompok Referensi.....	29
2.5 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	30
2.6 Hubungan Antar Variabel	35

2.6.1. Hubungan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.6.2. Hubungan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.6.3. Hubungan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.6.4. Hubungan Kesadaran Merek, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.7 Kerangka Berpikir	41
2.8 Hipotesis Penelitian.....	42
 BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Rancangan Penelitian	44
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	44
3.3 Sampel Penelitian.....	45
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	48
3.5.1. Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5.2. Instrumen Pengumpulan Data.....	49
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	52
3.6.1. Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.6.3. Pengujian Hipotesis	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Deskripsi Data.....	59
4.1.1. Gambaran Umum Responden.....	59
4.1.2. Karakteristik Responden	60
4.1.3. Statistik Deskriptif.....	64
4.1.4. Deskripsi Data Kesadaran Merek	67
4.1.5. Deskripsi Data Gaya Hidup	68
4.1.6. Deskripsi Data Kelompok Referensi	69
4.1.7. Deskripsi Data Keputusan Pembelian	70
4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
4.2.1. Uji Normalitas.....	71
4.2.2. Uji Multikolinieritas	72

4.2.3. Uji Heterokedastisitas.....	73
4.3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.4. Pengujian Hipotesis.....	76
4.4.1. Koefisien Determinasi (R^2).....	76
4.4.2. Uji t (Uji Parsial)	76
4.4.3. Uji F (Uji Simultan).....	78
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.5.1. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pegadaian di Cabang Singaraja	78
4.5.2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pegadaian di Cabang Singaraja.....	82
4.5.3. Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pegadaian di Cabang Singaraja	86
4.5.4. Pengaruh Kesadaran Merek, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pegadaian di Cabang Singaraja.....	88
4.6. Keterbatasan Penelitian	91
4.7. Implikasi	91
4.6.1. Implikasi Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	91
4.6.2. Implikasi Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.6.3. Implikasi Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian	93
4.6.4. Implikasi Kesadaran Merek, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian.....	94
BAB V PENUTUP	97
5.1. Rangkuman	97
5.2. Simpulan.....	97
5.3. Saran.....	100
DAFTAR RUJUKAN	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Kajian Hasil Penelitian Relevan.....	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4. 7 Kriteria Skor Variabel Penelitian	64
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
Tabel 4. 9 Deskripsi Data Kesadaran Merek	67
Tabel 4. 10 Deskripsi Data Gaya Hidup.....	69
Tabel 4. 11 Deskripsi Data Kelompok Referensi	69
Tabel 4. 12 Deskripsi Data Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Data	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolineritas Data	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas Data.....	74
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	77
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Harga Emas di Indonesia Tahun 2019-2024.....	3
Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Nasabah Aktif Tabungan Emas Pegadaian Realisasi 2019-2024	5
Gambar 1. 3 Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS).....	12
Gambar 2. 1 Tahap Keputusan Pembelian	18
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian Kesadaran Merek, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01. Kuesioner Penelitian	104
Lampiran 02. Data Observasi Awal	108
Lampiran 03. Tabulasi Data Responden	110
Lampiran 04. Output SPSS Analisis Deskriptif Statistik	122
Lampiran 05. Output SPSS Uji Instrumen	123
Lampiran 06. Output SPSS Uji Asumsi Klasik	126
Lampiran 07. Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	127
Lampiran 08. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	128

