

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
KEPERCAYAAN MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DISTRO 3SECOND”  
(Studi pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**INDAH MAULI SUSTIKASARI  
1902010248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
KEPERCAYAAN MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DISTRO 3SECOND”  
(Studi pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**INDAH MAULI SUSTIKASARI  
1902010248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
KEPERCAYAAN MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DISTRO 3SECOND (STUDI  
PADA MAHASISWA DI KOTA PURWOKERTO)**



**SKRIPSI**

**Indah Mauli Sustikasari  
1902010248**

**Diterima dan disetujui oleh:**



**Herni Justiana Astuti, Ph.D  
NIK: 2160183**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan:

Nama : Indah Mauli Sustikasari  
NIM : 1902010248  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro 3Second (Studi pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

## DEWAN PENGUJI

Ketua : Herni Justiana Astuti, Ph.D  
Anggota 1 : Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si  
Anggota 2 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si



Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 9 Januari 2023

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si  
NIP: 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Mauli Sustikasari  
NIM : 1902010248  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 9 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Indah Mauli Sustikasari

## MOTTO

*”Karena sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”*

**(QS. Al-Insyirah : 5-7)**

*”Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

**(QS Al-Baqarah : 286)**

*“Proses sama pentingnya dibanding hasil. Hasilnya nihil tak apa. Yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan.”*

**(Sujiwo Tejo)**

*“Pada waktunya, dunia hanya perlu tahu kalau kita hebat. Kebahagiaan tidak membutuhkan penilaian orang lain.”*

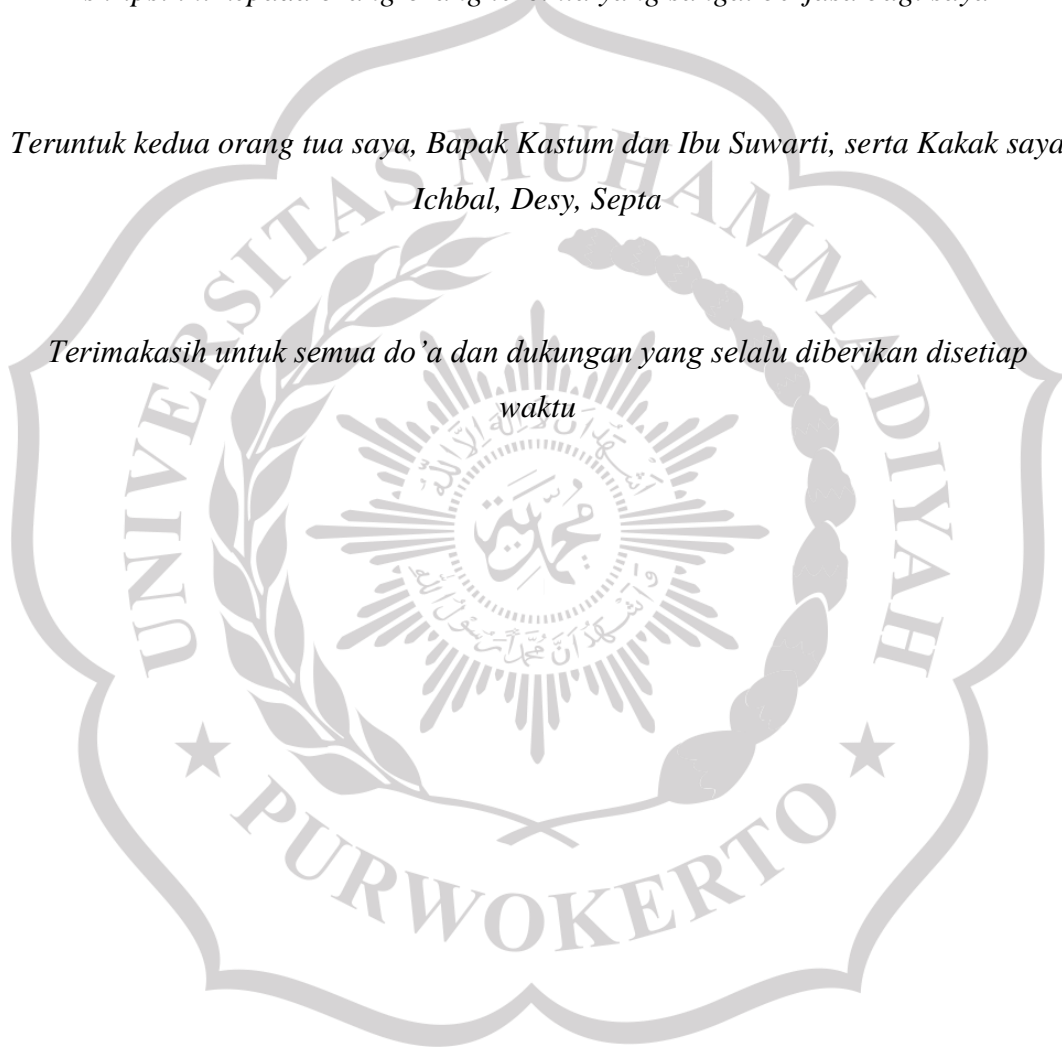
**(Fiersa Besari)**

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan diwaktu yang tepat. Dengan penuh kerendahan hati, saya mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang tercinta yang sangat berjasa bagi saya*

*Teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Kastum dan Ibu Suwarti, serta Kakak saya Ichbal, Desy, Septa*

*Terimakasih untuk semua do'a dan dukungan yang selalu diberikan disetiap waktu*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Herni Justiana Astuti, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan Saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku dosen penguji yang selalu memberikan saran yang membangun sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
6. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si. selaku dosen penguji yang selalu memberikan saran yang membangun sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;

7. Arini Hidayah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan dukungan serta semangat selama saya berada di bangku perkuliahan;
8. Bapak/ibu dosen serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
9. Untuk kedua orang tua saya, Kastum Hadi Susanto dan Suwarti, S.Pd.SD., dan Kakak saya Moch. Ichbal Pranoto, S.Pd, Desy Ahrya Prihartini, S.Pd, dan Septa Andri Nugroho, S.Pd yang selalu mendoakan saya, memberikan *support* dan dukungan material dan moral;
10. Sahabat-sahabat saya Mutia, Dea, Amel, Depi, Artika, Fafa, Caca, Nadila, Nelis, Franisya, Vitra, Fio, Hani, Hilal terimakasih telah banyak membantu, memberi masukan, semangat, dukungan serta mendengarkan keluh kesah saya dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Teman-teman HMPS Manajemen S1 Periode 2020/2021 dan 2021/2022 yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang luar biasa kepada saya;
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah turut mendoakan dan mendukung penulis selama proses penyelesaian skripsi ini;
13. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hardwork. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 9 Januari 2023

Penulis,



Indah Mauli Sustikasari



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Mauli Sustikasari  
NIM : 1902010248  
Program studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN  
MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 9 Januari 2023

Yang menyatakan,



Indah Mauli Sustikasari

# PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DISTRO 3SECOND

(Studi pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)

Indah Mauli Sustikasari<sup>1</sup>, Herni Justiana Astuti<sup>2</sup>  
Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[1:indahmauli25@gmail.com](mailto:indahmauli25@gmail.com), [2:herni99@gmail.com](mailto:herni99@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, kepercayaan merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Teknik pengambilan sampel yaitu *Non-Probability Sampling*, pendekatan *purposive sampling*, jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji analisis statistik deskriptif, uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji kecocokan model dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, kepercayaan merek, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dan kualitas produk, kepercayaan merek dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** keputusan pembelian, citra merek, kualitas produk, kepercayaan merek dan gaya hidup.

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, BRAND TRUST, AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS OF 3SECOND DISTRO PRODUCTS***

*(Study on Students in Purwokerto Region)*

**Indah Mauli Sustikasari<sup>1</sup>, Herni Justiana Astuti<sup>2</sup>**  
**Management Study Program**  
**Faculty of Economics and Business**  
**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**  
[1indahmauli25@gmail.com](mailto:indahmauli25@gmail.com) , [2herni99@gmail.com](mailto:herni99@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of brand image, product quality, brand trust and lifestyle on purchasing decisions. This research uses quantitative methods, the sampling technique is Non-Probability Sampling, approach purposive sampling, the number of samples is 110 respondents. The data analysis technique used in this study is descriptive statistical analysis test, data instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, model fit test and hypothesis testing. The results showed that brand image, product quality, brand trust, and lifestyle simultaneously influence purchasing decisions. And product quality, brand trust and lifestyle have a positive and significant effect on purchasing decisions, while brand image has no effect on purchasing decisions.*

***Keywords:*** *purchase decision, brand image, product quality, brand trust and lifestyle.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DARTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Perilaku Konsumen .....	12
2. Keputusan Pembelian .....	14
3. Citra Merek.....	19
4. Kualitas Produk .....	22
5. Kepercayaan Merek.....	25
6. Gaya Hidup.....	27
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran .....	47
D. Hipotesis .....	52

BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Jenis Penelitian .....	54
B. Populasi dan Sampel.....	54
1. Populasi .....	54
2. Sampel .....	55
C. Jenis, Sumber dan Metode .....	57
1. Jenis dan Sumber Data .....	57
2. Teknik Pengumpulan Data .....	57
D. Variabel Penelitian .....	58
1. Variabel Independen.....	58
2. Variabel Dependen .....	59
E. Definisi Operasional .....	59
F. Metode Analisis Data.....	62
1. Uji Analisis Deskriptif.....	62
3. Uji Asumsi Klasik .....	64
4. Uji Regresi.....	65
5. Uji Kelayakan Model.....	66
6. Uji Hipotesis.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	74
A. HASIL PENELITIAN.....	74
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	74
2. Gambaran Umum Perguruan Tinggi di Purwokerto .....	74
3. <i>Response Rate</i> .....	78
4. Karakteristik Responden .....	79
5. Uji Analisis Deskriptif .....	87
7. Uji Asumsi Klasik .....	96
8. Uji Regresi.....	100
9. Uji Kelayakan Model .....	102
10. Uji Hipotesis.....	105
B. Pembahasan.....	110
1. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	110

2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	111
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	112
4. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	113
5. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	114
BAB V PENUTUP.....	116
A. Kesimpulan .....	116
B. Keterbatasan.....	116
C. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA .....	120
LAMPIRAN.....	125

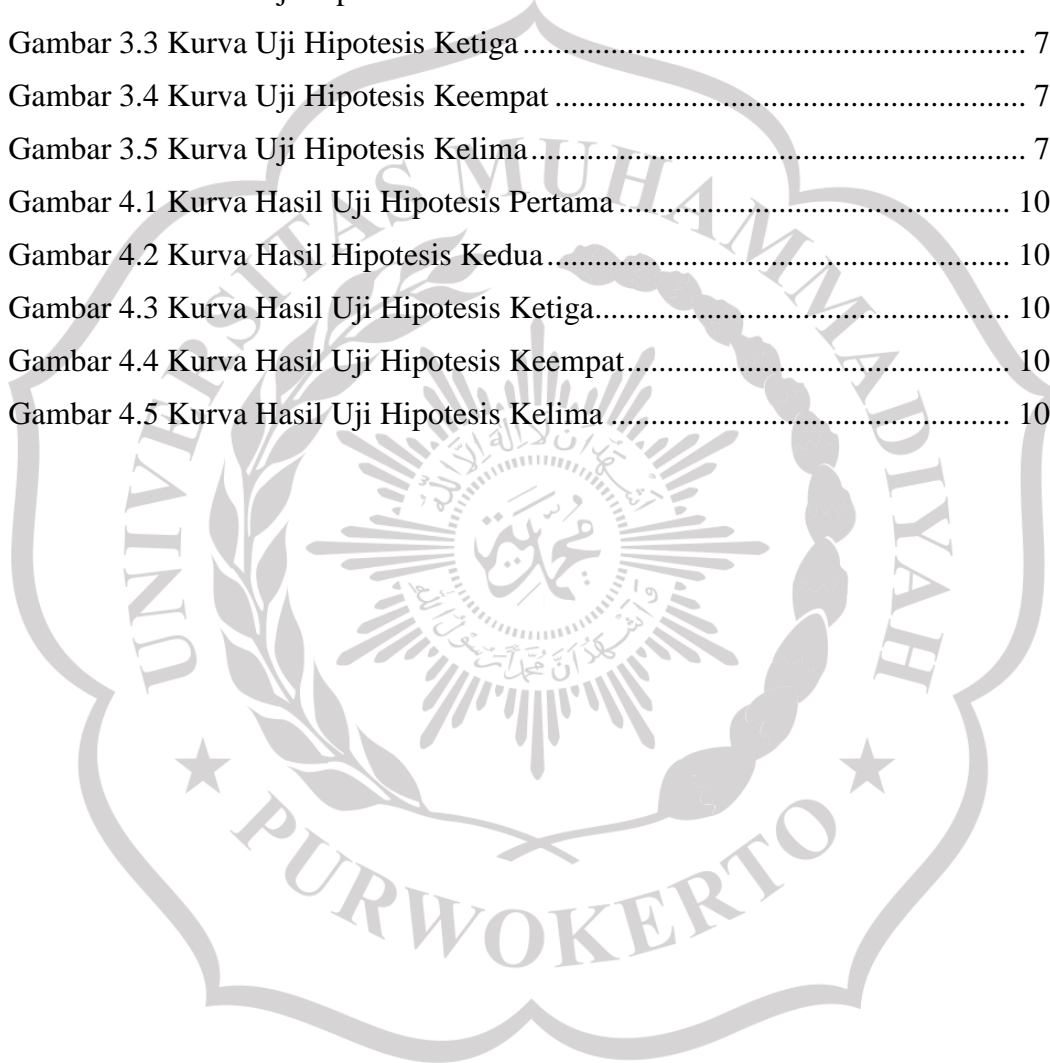


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Rencana Penyebaran Kuesioner Mahasiswa UMP, UIN SAIZU, UNSOED .....	57
Tabel 3.2	Skala Likert.....	58
Tabel 3.3	Definisi Operasional .....	60
Tabel 4.1	<i>Response Rate</i> .....	79
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Transaksi .....	80
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Asal Universitas .....	81
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Program Studi.....	82
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Umur.....	84
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Domisili .....	85
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin .....	85
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Uang Saku .....	86
Tabel 4.9	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek .....	87
Tabel 4.10	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	88
Tabel 4.11	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepercayaan Merek .....	90
Tabel 4.12	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Gaya Hidup .....	91
Tabel 4.13	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas .....	94
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas .....	95
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas Sebelum <i>Casewise Diagnostics One-Sample Kolmogorov Smirnov</i> .....	96
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas Setelah <i>Casewise Diagnostics One-Sample Kolmogorov Smirnov</i> .....	97
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinieritas .....	99
Tabel 4.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	100
Tabel 4.20	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	101
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinan .....	103
Tabel 4.22	Hasil Uji F.....	104
Tabel 4.23	Kesimpulan Uji Hipotesis .....	109

## DARTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Merek Fesyen Terfavorit di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	68
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua.....	70
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	71
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat.....	72
Gambar 3.5 Kurva Uji Hipotesis Kelima.....	73
Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji Hipotesis Pertama.....	104
Gambar 4.2 Kurva Hasil Hipotesis Kedua.....	106
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji Hipotesis Ketiga.....	107
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji Hipotesis Keempat.....	108
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji Hipotesis Kelima.....	109



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner.....	126
Lampiran 2	: Data Khusus Responden.....	52
Lampiran 3	: Identitas Responden .....	56
Lampiran 4	: Gambaran Umum Responden .....	62
Lampiran 5	: Data Tabulasi.....	65
Lampiran 6	: Hasil Uji Statistik Deskriptif (Sebelum Casewise Diagnostics) .	81
Lampiran 7	: Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	85
Lampiran 8	: Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 9	: Uji Kelayakan Model .....	94
Lampiran 10	: r tabel.....	96
Lampiran 11	: F tabel.....	97
Lampiran 12	: t tabel.....	98

