

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, FITUR
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE XIAOMI DI PURWOKERTO**



SKRIPSI

DWIRANTO GILAR SAPUTRA

1802010358

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

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, FITUR
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE XIAOMI DI PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

DWIRANTO GILAR SAPUTRA

1802010358

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

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, FITUR DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
XIAOMI DI PURWOKERTO**



SKRIPSI

Oleh:

DWIRANTO GILAR SAPUTRA

1802010358

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang telah bertanda tangan di bawah ini:



Arini Hidayah, S.E., M.Si.

NIK. 2160341

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : DwiRanto Gilar Saputra
NIM : 1802010358
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul laporan : **Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Fitur dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Purwokerto**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si

Anggota 1 : Assoc. Prof. Akhmad Darmawan, SE., M.Si, Ph.D (

Anggota 2 : M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 17 Januari 2023

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naclati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DwiRanto Gilar Saputra

NIM : 1802010358

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 baik yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

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

Purwokerto, 17 Januari 2023



DwiRanto Gilar Saputra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DwiRanto Gilar Saputra
NIM : 1802010358
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Fitur, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Purwokerto

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Purwokerto

Pada tanggal : 17 Januari 2023

Yang menyatakan



DwiRanto Gilar Saputra

MOTTO

“Biarkan orang tertawa, mencaci, dan menghina. Tapi ingatlah tetap gapai cita-citamu setinggi Istana Bintang. Salam dan Doaku”

(Gilar Saputra)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

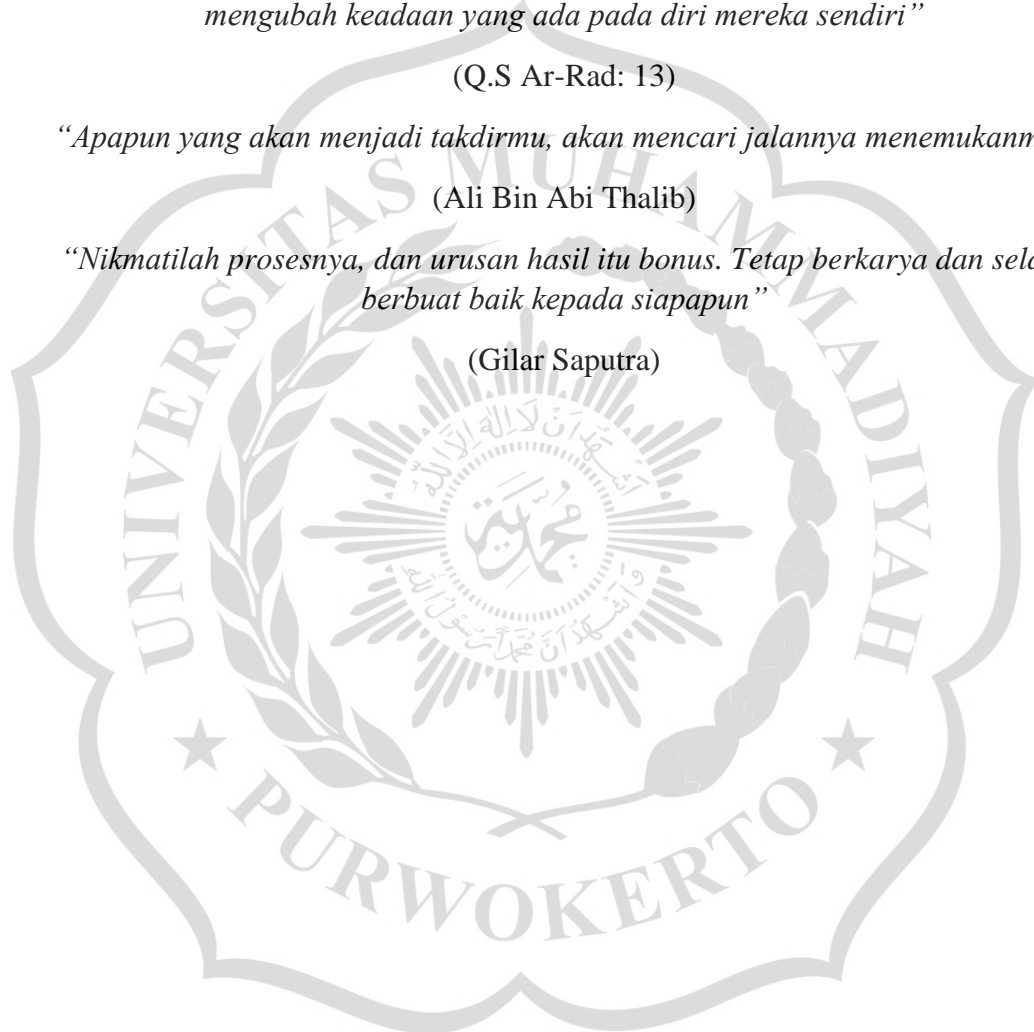
(Q.S Ar-Rad: 13)

“Apapun yang akan menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Nikmatilah prosesnya, dan urusan hasil itu bonus. Tetap berkarya dan selalu berbuat baik kepada siapapun”

(Gilar Saputra)



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

- ❖ Orang tua (Alm. Bapak Sudjiono, S.Sos dan Ibu Esti Aryani) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terimakasih atas *support*, kasih sayang, kerja keras, dan doa yang tak mungkin saya balas. Terimakasih telah menjadi orang tua yang hebat dan sempurna. Untuk Alm. Papah semoga bahagia di Surga melihat anakmu Sarjana. *I Miss U* pah.
- ❖ Kakak Fitrio Gilar Saputra, A.Md. sebagai tanda terimakasih telah memberikan *support*, kasih sayang, kerja keras, dan doa yang diberikan.
- ❖ Tunangan saya Sherli Suci Listiani sebagai tanda terimakasih telah memberikan semangat, *support*, kasih sayang, dan doa yang diberikan.
- ❖ Sahabat dan teman-teman sebagai tanda terimakasih saya atas saran, motivasi dan inspirasi serta doa yang diberikan.
- ❖ Dosen pembimbing dan dosen penguji sebagai tanda terimakasih atas bimbingan dan arahan selama proses pembuatan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Skripsi Ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh 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 awal perkuliahan sampai pada penulisan skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Purnadi, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing akademik yang selalu membimbing saya.
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

6. Assoc. Prof. Akhmad Darmawan, SE., M.Si, Ph.D dan M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si, selaku Dosen Penguji satu dan dua saya yang selalu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi saya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak/Ibu Dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama saya menempuh studi serta seluruh bantuan dalam bentuk sarana dan prasarana yang telah diberikan kepada saya.
8. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial, motivasi, dan doa sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai target dan rencana.
9. Seluruh teman-teman manajemen H 2018 dengan segala cerita dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan yang akan menjadi cerita di masa depan.
10. Pihak-pihak lain yang sudah banyak membantu saya selama proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu Kesempurnaan itu hanya milik Allah S.W.T, saya menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata, saya berharap Allah S.W.T. berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 17 Januari 2023


Penulis

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, FITUR DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
XIAOMI DI PURWOKERTO**

DwiRanto Gilar Saputra¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: gilar619@gmail.com

Arini Hidayah, S.E., M.Si²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi harga, fitur dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 110 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek, persepsi harga, fitur dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, fitur berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, persepsi harga, fitur, gaya hidup, keputusan pembelian

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, FEATURE AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISION SMARTPHONE XIAOMI IN PURWOKERTO

DwiRanto Gilar Saputra¹

The Faculty of economic and business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: gilar619@gmail.com

Arini Hidayah, S.E., M.Si²

The Faculty of economic and business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, price perception, feature and lifestyle towards purchasing decisions. The sample selection in this study was carried out by purposive sampling. Based on the criteria, there were 110 respondents who became the sample. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis show that brand image have a significant positive effect on purchasing decisions, price perception have a positive significant on purchasing decisions, feature have a positive and not significant effect on purchasing decision. While lifestyle has no positive and significant effect on purchasing decisions.

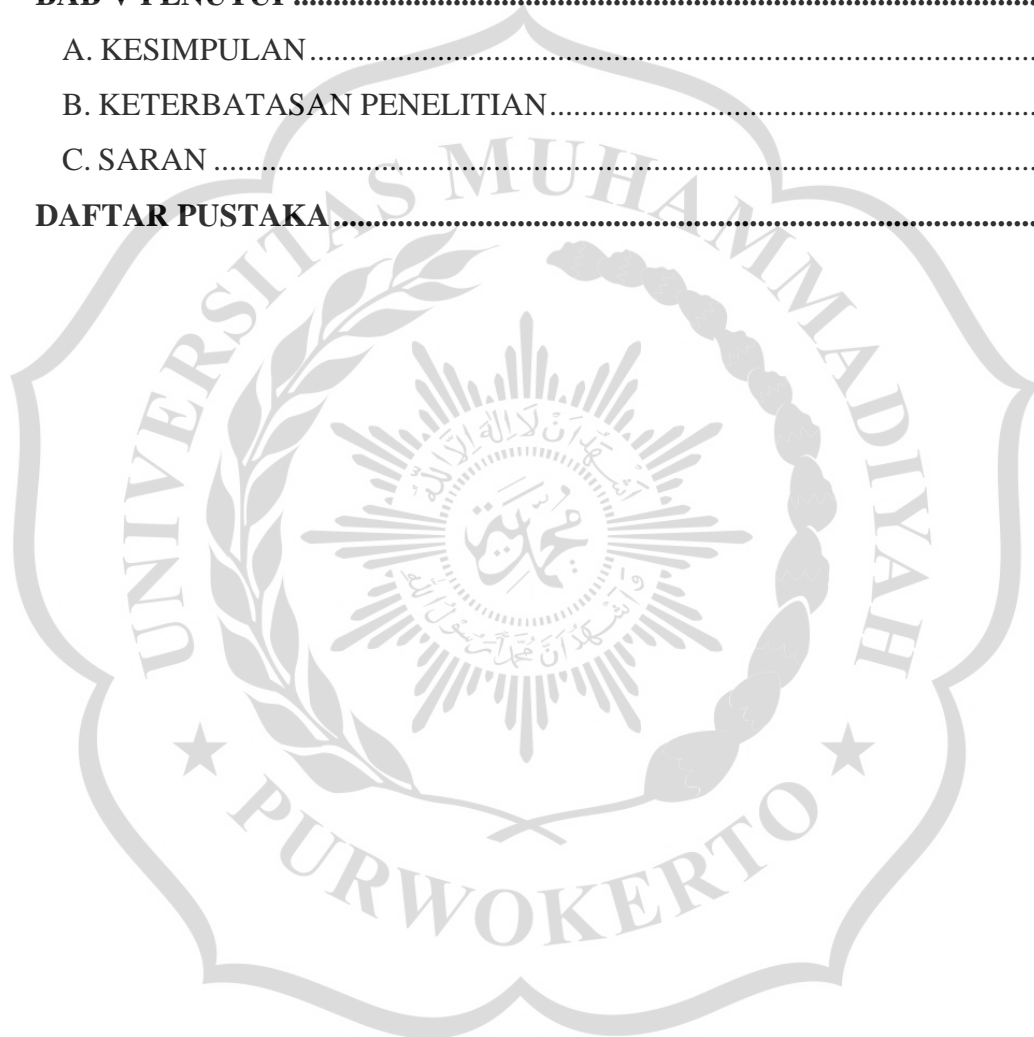
Keywords: brand image, price perception, feature, lifestyle, purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Keputusan Pembelian	10
3. Citra Merek.....	13
4. Persepsi Harga	15
5. Fitur	17
6. Gaya Hidup.....	18

B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel	35
C. Metode Pengumpulan Data	38
D. Variabel Penelitian	38
E. Definisi Operasional	39
F. Metode Analisis Data	41
1. Statistik Deskriptif	41
2. Uji Instrumen	41
3. Uji Asumsi Klasik	42
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
5. Uji Kecocokan Model.....	44
6. Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian	51
1. Gambaran Umum <i>Smartphone</i> Xiaomi	51
2. <i>Response Rate</i>	52
3. Deskripsi responden	53
B. Statistik deskriptif	57
C. Uji Instrumen.....	63
1. Uji Validitas.....	63
2. Uji Reliabilitas	68
D. Uji Asumsi Klasik.....	68
1. Uji Normalitas	68
2. Uji Multikolonieritas	69
3. Uji Heteroskedastisitas	71
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
F. Uji Kecocokan Model.....	74

G. Uji Hipotesis	74
1. Uji Hipotesis F.....	74
2. Uji Hipotesis T.....	76
H. REKAPITULASI HASIL UJI HIPOTESIS	79
I. PEMBAHASAN.....	79
BAB V PENUTUP.....	85
A. KESIMPULAN.....	85
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	85
C. SARAN	86
DAFTAR PUSTAKA.....	89

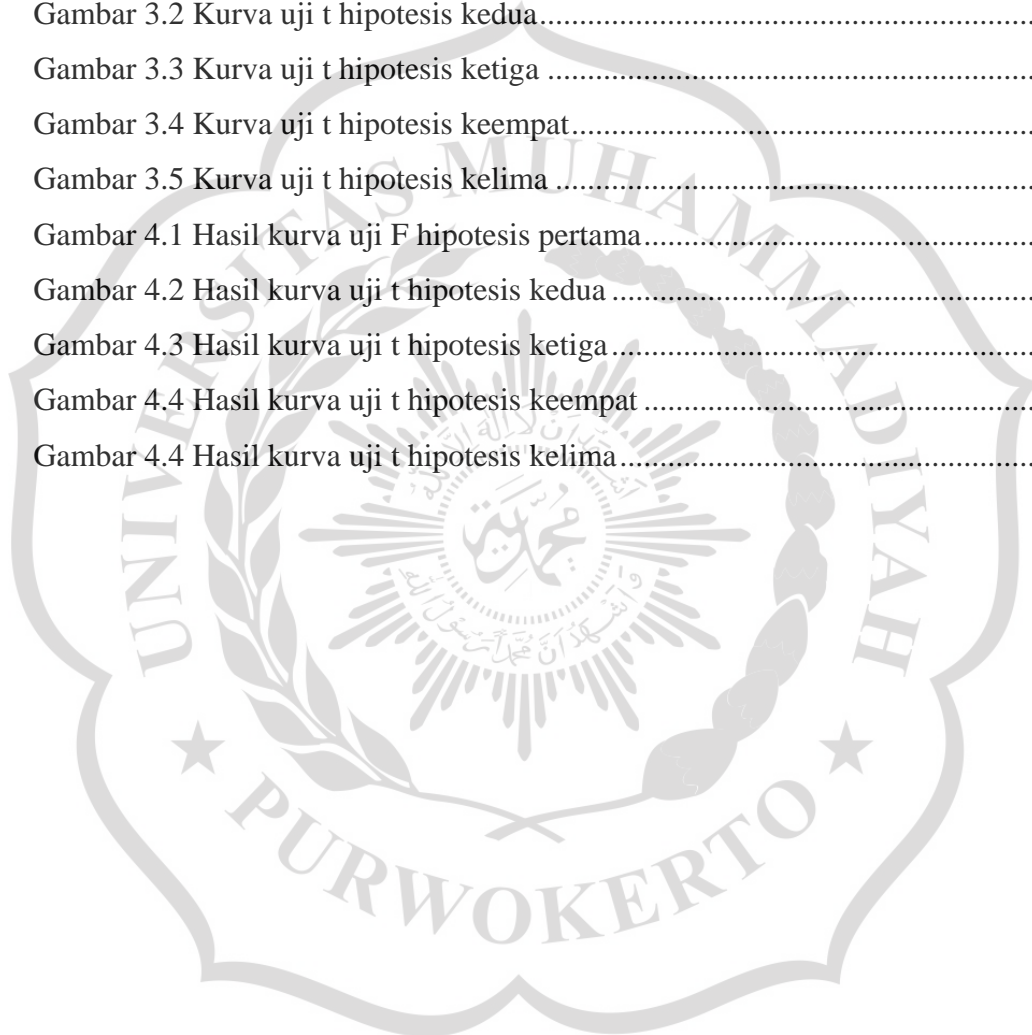


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima merek <i>smartphone</i> dengan pangsa pasar tertinggi di Indonesia	3
Tabel 2.1 Hasil penelitian terdahulu	19
Tabel 3.1 Jumlah penduduk per kecamatan di Kota Purwokerto.....	36
Tabel 3.2 Jumlah responden per kecamatan di Kota Purwokerto.....	37
Tabel 3.3 Definisi operasional variabel	39
Tabel 4.1 <i>Response rate</i>	52
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan umur.....	54
Tabel 4.4 Data responden berdasarkan alamat.....	55
Tabel 4.5 Data responden berdasarkan pekerjaan.....	55
Tabel 4.6 Data responden berdasarkan pendapatan	56
Tabel 4.7 Analisis statistik deskriptif citra merek (X1)	57
Tabel 4.8 Analisis statistik deskriptif persepsi harga (X2)	59
Tabel 4.9 Analisis statistik deskriptif fitur (X3)	60
Tabel 4.10 Analisis statistik deskriptif gaya hidup (X4).....	61
Tabel 4.11 Analisis statistik deskriptif keputusan pembelian (Y)	62
Tabel 4.12 Hasil uji validitas citra merek (X1).....	64
Tabel 4.13 Hasil uji validitas persepsi harga (X2).....	65
Tabel 4.14 Hasil uji validitas fitur (X3).....	65
Tabel 4.15 Hasil uji validitas gaya hidup (X4)	66
Tabel 4.16 Hasil uji validitas keputusan pembelian (Y)	67
Tabel 4.17 Hasil uji reliabilitas	68
Tabel 4.18 Hasil uji normalitas	69
Tabel 4.19 Hasil uji multikolonieritas.....	70
Tabel 4.20 Hasil uji heteroskedastisitas	71
Tabel 4.21 Hasil analisis regresi linier berganda	72
Tabel 4.22 Hasil uji koefisien determinasi.....	74
Tabel 4.23 Hasil uji F.....	75
Tabel 4.24 Rekapitulasi hasil uji hipotesis.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	34
Gambar 3.1 Kurva uji F hipotesis pertama	46
Gambar 3.2 Kurva uji t hipotesis kedua.....	47
Gambar 3.3 Kurva uji t hipotesis ketiga	48
Gambar 3.4 Kurva uji t hipotesis keempat.....	49
Gambar 3.5 Kurva uji t hipotesis kelima	50
Gambar 4.1 Hasil kurva uji F hipotesis pertama.....	75
Gambar 4.2 Hasil kurva uji t hipotesis kedua	76
Gambar 4.3 Hasil kurva uji t hipotesis ketiga.....	77
Gambar 4.4 Hasil kurva uji t hipotesis keempat	78
Gambar 4.4 Hasil kurva uji t hipotesis kelima.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner penelitian.....	94
Lampiran 2: Data responden	100
Lampiran 3: Tabulasi penelitian.....	106
Lampiran 4: Analisis Statistik Deskriptif.....	122
Lampiran 5: Uji Validitas	124
Lampiran 6: Uji Reliabilitas.....	127
Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik	128
Lampiran 8: Analisis Regresi Linier Berganda & Uji hipotesis	130
Lampiran 9: R tabel.....	131
Lampiran 10: F tabel	133
Lampiran 11: t Tabel.....	135
Lampiran 12: Bukti lolos turnitin.....	137