

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK CONVERSE DI KOTA CIREBON**



SKRIPSI

Disusun oleh :

VICKY ALVINOSA RIYADI

1902010343

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

2023

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK CONVERSE DI KOTA CIREBON**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen S1

VICKY ALVINOSA RIYADI

1902010343

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

2023

i

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK CONVERSE DI KOTA CIREBON**



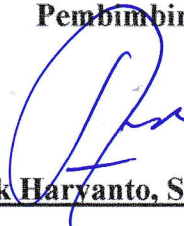
SKRIPSI

VICKY ALVINOSA RIYADI

1902010343

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Totok Haryanto, S.E., M.M.

NIK. 2160729

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Vicky Alvinosa Riyadi
NIM : 1902010343
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Kota Cirebon**

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 : Totok Haryanto, S.E., M.M. ()

Anggota 1 : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()

Anggota 2 : Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di Purwokerto

Tanggal : 9 November 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assec. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vicky Alvinosa Riyadi

NIM : 1902010343

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa sekripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber pihak yang dikutip maupun rujukan telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

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

Purwokerto, 9 November 2023

Yang membuat pernyataan



Vicky Alvinosa Riyadi

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

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

Nama : Vicky Alvinosa Riyadi
NIM : 1902010343
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Meyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Kota Cirebon**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, 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.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Purwokerto

Pada tanggal: 9 November 2023

Yang menyatakan,



Vicky Alvinosa Riyadi

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Jangan merasa tertinggal, semua orang punya proses dan rezekinya masing-masing”

(Q.S Maryam : 4)

“TETAPLAH SHOLAT, WALAUPUN KITA BUKAN ORANG BAIK”



PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada :

- ❖ Orang tua saya (Bapak Slamet Riyadi dan Ibu Yuli Suningsih) sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terimakasih atas dukungan, kasih sayang, kerja keras dan doa yang tak mungkin saya balas. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna.
- ❖ Tidak lupa saya persembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri karena sudah bisa sampai di titik ini.
- ❖ Adik saya Mega ayu novianti yang selalu memotivasi saya dan memberikan semangat untuk saya agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Keluarga besar sebagai tanda terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan.
- ❖ Adinda zalfa prayudya yang selalu memberikan dukungan motivasi kepada saya dan serta selalu memberikan solusi serta bantuan kepada saya agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Sahabat dan teman-teman kontak Z5 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 kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. 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 terimakasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., 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, PhD selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Totok Haryanto S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
6. Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si. yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;

7. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D selaku dosen Pembimbing Akademik saya;
8. Bapak/ibu dosen seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
9. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan mendo'akan anak mu ini untuk menjadi orang yang sukses dunia dan akhirat;
10. Saudara dan teman – teman saya yang selalu menerima keluh kesah, memberikan semangat dan dukungan yang tiada henti;

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin

Purwokerto, 9 November 2023

Penulis

Vicky Alvinosa Riyadi

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK CONVERSE DI KOTA CIREBON**

Vicky Alvinosa Riyadi¹ , Totok Haryanto²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

¹²Universitas Muhammadiyah Purwokerto
[1valvinosa2@gmail.com](mailto:valvinosa2@gmail.com) , [2feb.ump.th@gmail.com](mailto:feb.ump.th@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 100 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 *brand image* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh keputusan pembelian, *lifestyle* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand image*, kualitas produk, keputusan pembelian, *lifestyle*

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND LIFESTYLE ON PURCHASING DECISIONS CONVERSE BRAND SHOES IN CIREBON CITY

Vicky Alvinosa Riyadi¹, Totok Haryanto²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

¹²Muhammadiyah University Purwokerto
[1valvinosa2@gmail.com](mailto:valvinosa2@gmail.com), [2feb.ump.th@gmail.com](mailto:feb.ump.th@gmail.com)

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of brand image, product quality and lifestyle on purchasing decisions. Sample selection in this research was carried out using purposive sampling. Based on the criteria, 100 respondents were obtained as samples. The data analysis techniques used in this research are instrument testing, descriptive statistics, classical assumption testing, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis show that brand image partially has no effect on purchasing decisions, product quality partially has no effect on purchasing decisions, lifestyle partially has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *brand image, product quality, purchasing decisions, lifestyle*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Teori Perilaku Konsumen.....	12
2. Keputusan Pembelian.....	13
3. Brand Image.....	16
4. Kualitas Produk.....	19
5. Lifestyle.....	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	36
1. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	36

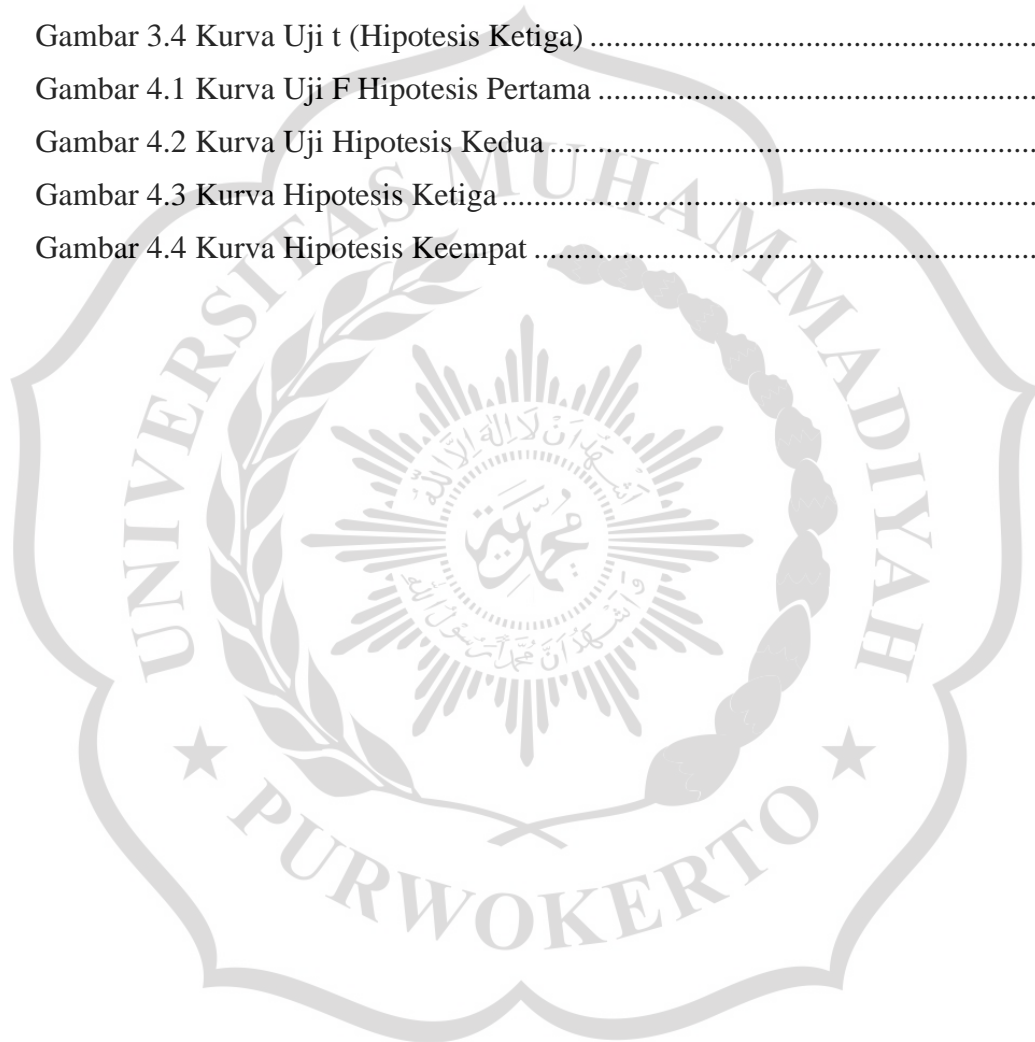
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	37
3. Pengaruh Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian	37
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel	40
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	43
D. Variabel Penelitian	44
E. Definisi Konseptual, Operasional, dan Indikator	45
F. Metode Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian	59
1. Gambaran Umum Perusahaan Converse	59
2. <i>Response Rate</i>	60
3. Gambaran Umum Responden.....	61
4. Analisis Data.....	64
5. Uji Instrumental.....	70
6. Uji Asumsi Klasik	74
7. Uji Regresi Linear Berganda	77
8. Uji Kecocokan Model.....	80
9. Uji Hipotesis	82
B. PEMBAHASAN	85
1. Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Kota Cirebon.	85
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu converse di Kota Cirebon.	86
3. Pegaaruh lifestyle terhadap keputusan pembelian sepatu converse di Kota Cirebon.....	87
BAB V PENUTUP.....	89
A. SIMPULAN	89
B. KETERBATASAN	89
C. SARAN	90
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Tahun 2020 s/d 2022 Sepatu Sekolah di Indonesia....	2
Tabel 1.2 Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 3.3 Definisi Operasional Pengukuran Variabel <i>Brand Image</i>	46
Tabel 3.4 Definisi Operasional Pengukuran Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.1 Response Rate.....	60
Tabel 4.2 Data Jenis Kelamin Responden.....	61
Tabel 4.3 Data Usia Responden.....	62
Tabel 4.4 Data Alamat Responden.....	63
Tabel 4.5 Data Penghasilan Responden.....	63
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1).....	66
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	67
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Lifestyle</i> (X3).....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Lifestyle</i>	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	81
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Kurva Uji Kecocokan Model (Uji F)	54
Gambar 3.2 Kurva Uji t (Hipotesis Pertama).....	56
Gambar 3.3 Kurva uji t (Hipotesis Kedua)	57
Gambar 3.4 Kurva Uji t (Hipotesis Ketiga)	58
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	81
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	83
Gambar 4.3 Kurva Hipotesis Ketiga	83
Gambar 4.4 Kurva Hipotesis Keempat	84



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUISIONER PENELITIAN OFFLINE	96
LAMPIRAN 2. Data Responden.....	106
LAMPIRAN 3. Tabel Data Frekuensi	110
LAMPIRAN 4. Tabulasi Penelitian	112
LAMPIRAN 5. Uji Analisis Deskriptif	124
LAMPIRAN 6. Uji Validitas	126
LAMPIRAN 7. Uji Reabilitas.....	129
LAMPIRAN 8. Uji Asumsi Klasik	130
LAMPIRAN 9. Uji Regresi, Linear Berganda, dan Uji t.....	132
LAMPIRAN 10. Uji Kecocokan Model	133
LAMPIRAN 11. R Tabel	134
LAMPIRAN 12. F tTabel	136
LAMPIRAN 13. T Tabel	138
LAMPIRAN 14. Lamppiran Foto	139