

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
XIAOMI SMARTPHONE
(Pada Mahasiswa Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh:

**HANA FITRIANDHITO
1502010199**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2019**

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
XIAOMI SMARTPHONE
(Pada Mahasiswa Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**

Oleh:

**HANA FITRIANDHITO
1502010199**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
XIAOMI SMARTPHONE**

(Pada Mahasiswa Purwokerto)



SKRIPSI

Oleh:

**HANA FITRIANDHITO
1502010199**

Diterima dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Arini Hidayah', is written over a faint, illegible stamp.

**Arini Hidayah, S.E., M.Si.
NIK. 2160341**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Hana Fitriandhito
NIM : 1502010199
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Analisis Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Xiaomi Smartphone*.

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

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

Anggota 2 : Restu Frida Utami, S.E., M.Si.

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 16 Agustus 2019

()
()
()

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, S.E., M.Si.
NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hana Fitriandhito

NIM : 1502010199

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik 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, 16 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan



(Hana Fitriandhito)

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

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

Nama : Hana Fitriandhito
NIM : 1502010199
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
XIAOMI SMARTPHONE**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhamamdiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, 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 : 16 Agustus 2019
Yang menyatakan,


Hana Fitriandhito

MOTTO

- ❖ Janganlah kemiskinanmu menyebabkan kekufuran dan janganlah kekayaanmu menyebabkan kesombongan. (Hana Fitriandhito).
- ❖ Bukan aku yang hebat tapi doa ibuku. (Hana Fitriandhito).
- ❖ Manusia tak selamanya benar dan tak selamanya salah, kecuali ia yang selalu mengoreksi diri dan membenarkan kebenaran orang lain atas kekeliruan diri sendiri. (Hana Fitriandhito).
- ❖ Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah." (Abu Bakar Sibli).
- ❖ Bertambah tua itu bukan berarti kehilangan masa muda. Tapi babak baru dari kesempatan dan kekuatan. (Hana fitriandhito).

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

Bapak dan Ibu saya tersayang (Bapak Taxis dan Ibu Sukarti) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini. Saudara-saudaraku tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis 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. Penulis 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. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
5. Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D, selaku dosen penguji I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
6. Restu Frida Utami, S.E., M.Si, selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff 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.
8. Untuk kedua orang tua Bapak Taksis dan Ibu Sukarti serta Kakak dan saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan moral maupun materil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
9. Untuk support system saya Rocilia Kusnaedi dan Farin Prasistico yang selalu mendukung dan mendorong saya agar selalu bersemangat menggapai apa yang saya impikan.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan saya Lutfian P, Selyarbi W, Mahfud Nur R, Firman Ismoyo, Achmad S, Ali Rahman A, Ganang Dwi P, Irfan Aditya H, Wintang Adi N, Rhapsody Taufan S, Akhmad Fakhturrozi. Semangat karena perjuangan tak akan mengkhianati hasil di masa depan dan sukses selalu untuk kita semua.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, Agustus 2019

Penulis

Hana fitriandhito

ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI *SMARTPHONE*

(Pada Mahasiswa di Purwokerto)

Hana Fitriandhito¹

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

Arini Hidayah S.E.,M.si.²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, brand image, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian xiaomi smartphone. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa di Purwokerto dari tiga universitas yaitu UMP, UNSOED, IAIN, dengan jumlah sampel 180 responden yang terbagi rata dari tiga universitas tersebut. Variabel penelitian ini yaitu variabel dependen yang terdiri dari satu variabel, dan variabel independen yang terdiri dari 3 variabel. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji analisis data. Semua variabel independen berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian xiaomi smartphone. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, brand image, dan word of mouth berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian xiaomi smartphone.

Kata kunci : Gaya Hidup, *Brand Image*, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian.

**ANALYSIS OF INFLUENCE OF LIFESTYLE, BRAND IMAGE, AND
WORD OF MOUTH ON THE DECISION OF PURCHASING XIAOMI
SMARTPHONE**

(To Students in Purwokerto)

Hana Fitriandhito¹

Faculty of Economy and Business
University of Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: fitriandhito@gmail.com

Arini Hidayah S.E, .M.si²

Faculty of Economy and Business
University of Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of lifestyle, brand image, and word of mouth on the purchasing decision of Xiaomi smartphone. This research uses quantitative research methods. The population and sample from this study were students in Purwokerto from three universities namely UMP, UNSOED, IAIN, with a total sample of 180 respondents who were equally distributed from the three universities. The variables of this study are the dependent variable consisting of one variable, and the independent variable consisting of 3 variables. Data analysis methods used are data instrument test, classical assumption test, data analysis test. All independent variables simultaneously influence the purchase decision of Xiaomi smartphone. T test results showed that lifestyle variables, brand image, and word of mouth had a significant positive effect on Xiaomi smartphone purchasing decisions.

Keywords: *Lifestyle, Brand Image, Word of Mouth, Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Gaya Hidup	8
B. Citra Merek/ Brand Image	10
C. Word of Mouth.....	12
D. Keputusan Pembelian.....	16
E. Penelitian Terdahulu	19
F. Kerangka Pemikiran	25
G. Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Populasi dan Sampel	30
C. Metode Pengumpulan Data.....	31
D. Variabel Penelitian	32
E. Definisi Operasional	34
F. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....
A. Hasil Penelitian
B. Pembahasan.....	67
BAB V. PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
C. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Dan Market Share Handphone Dan Smartphone Dari Kuartal 2 Tahun 2017 Sampai Kuartal 2 Tahun 2018	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 4.1 Respon Rate	49
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	50
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Gaya Hidup (X1)	52
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Brand Image (X2).....	53
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Word of Mouth (X3)	54
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Uji Park	59
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.13 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R ²).....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.15 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Gaya Hidup.....	69
Tabel 4.16 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Brand Image	71
Tabel 4.17 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Keputusan Word of Mouth.....	72
Tabel 4.18 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar.2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar.3.1 Kurva Uji F.....	43
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	44
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	45
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	46
Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Pertama.....	62
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Kedua.....	63
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Ketiga	64
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji F.....	67

