



**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI *WORD OF MOUTH*
(STUDI PADA KONSUMEN TAS MERK GOSH
DI UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

RETNO PUJIYANTI
NIM. 2016-11-418

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI *WORD OF MOUTH*
(STUDI PADA KONSUMEN TAS MERK GOSH
DI UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 31 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Progam Studi Manajemen

Pembimbing I



(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)
NIDN.0630098401



(Sutono, SE, MM, Ph.D)
NIDN.0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

PembimbingII



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM)
NIDN. 0618066201



(Nurul Rizka Arumsari, SE, MM)
NIDN.0628048702

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri.

QS Ar Ra'd 11

Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

QS Al Insyirah 5-6

Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.

Ralph Waldo Emerson



PERSEMBAHAN

Pertama-tama puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya Skripsi ini dengan baik dan lancar. Dan Skripsi ini saya persembahkan untuk Bapak & Ibu yang telah memberikan kasih sayang hingga saya dewasa, selalu mendoakan dan mendukung saya untuk menjalani hidup sesuai keinginan.

Dengan mengucapkan rasa syukur karya ini juga kupersembahkan untuk :

- Calon suamiku Muhammad Fatchur Rozaq yang selalu menemani dan memberikan motivasi agar selalu berimprovisasi dan semangat selalu.....
- Kakakku satu-satunya Arif Riyanto yang selalu mendukung dan selalu ada saat saya butuh bantuan.
- Keluarga besarku yang selalu mendoakan saya sampai saya bisa seperti sekarang ini
- Para dosen-dosen S1 UMK terimakasih atas bimbingan dan ilmunya selama 4 tahun ini
- Teman-temanku seperjuangan angkatan 2016 terimakasih sudah membantu serta memberikan solusi untuk kesulitan yang saya hadapi.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji serta syukur kepada Allah SWT atas seluruh seluruh rahmat serta hidayah- Nya yang sudah diberikan kepada penulis sehingga bisa menuntaskan penelitian ini. Serta tidak lupa juga mari kita panjatkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang sudah jadi suri tauladan yang baik untuk umatnya serta buat berbuat kebajikan.

Penelitian ini disusun bagaikan salah satu ketentuan kelulusan untuk tiap mahasiswa Universitas Muria Kudus. Tidak hanya itu saja, akan tetapi juga sebagai bukti bahwa mahasiswa sudah menuntaskan kuliah jenjang program Strata- 1 serta buat mendapatkan gelar Sarjana SM.

Penyusunan penelitian ini bisa selesai dengan mudah sebab tidak lepas adanya dari dorongan bermacam pihak. Maka untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H Mochamad Edris, Drs, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi ini.
2. Bapak Sutono SE, MM, P.hD selaku dosen pembimbing satu yang telah membimbing selama penyusunan penelitian ini;
3. Ibu Nurul Rizka Arumsari, SE, MM selaku dosen pembimbing dua yang telah membimbing selama penyusunan penelitian ini;
4. Serta kepada dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian ini;
5. Serta tak lupa kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungannya.
6. Teman seperjuangan selama di kelas belajar.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti pastinya menyadari kalau pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan serta kelemahan. Oleh sebab itu peneliti berharap kepada seluruh pihak supaya bisa memberikan kritik serta saran yang membangun buat menjadi kesempurnaan skripsi ini. Tetapi juga peneliti senantiasa berharap skripsi ini hendak berguna untuk seluruh pihak yang membacanya.

Kudus , 21 Agustus 2020

Penulis,

Retno Pujiyanti

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI *WORD OF MOUTH*
(STUDI PADA KONSUMEN TAS MERK GOSH
DI UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Retno Pujiyanti

201611418

Pembimbing 1. Sutono, SE, MM, Ph.D

2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* dan harga terhadap keputusan Pembelian yang dimediasi *word of mouth* (studi pada konsumen tas merk gosh Di universitas muria kudus). Melalui penelitian ini maka dapat diketahui manakah variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian tas merk Gosh. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa universitas muria kudus dengan menggunakan sampel sebanyak 105 mahasiswi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini antara lain dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas dengan menggunakan program AMOS 24. Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu *lifestyle*.

Kata kunci : *lifestyle*, harga, *word of mouth*, keputusan Pembelian

**EFFECT OF LIFESTYLE AND PRICE ON THE DECISION
WORD OF MOUTH MEDIATED PURCHASES
(STUDY ON THE CONSUMER OF GOSH BRAND BAGS
AT THE MURIA KUDUS UNIVERSITY)**

Retno Pujiyanti
201611418

Advisors 1. Sutono, SE, MM, Ph.D
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of lifestyle and price on purchasing decisions mediated by word of mouth (a study on consumers of gosh bags at Muria Suci University). Through this research, it can be seen which variables affect the purchasing decision of Gosh brand bags. The object in this study were students of the Holy Muria University using a sample of 105 female students.

The data collection technique was done by means of a questionnaire. The data analysis techniques in this study, among others, used validity and reliability tests using the AMOS 24 program. In this study, it was concluded that the variable that had an effect on purchasing decisions was lifestyle.

Keywords: lifestyle, price, word of mouth, purchasing decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACTION	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.3.1 Rumusan Masalah.....	6
1.3.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Keputusan Pembelian	11
2.1.3 <i>Lifestyle</i>	12

2.1.4 Harga	20
2.1.5 <i>Word of Mouth</i>	22
1. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	22
2. Motivasi Melakukan <i>Word of Mouth</i>	25
3. Manfaat <i>Word of Mouth</i>	26
4. Jenis-Jenis <i>Word Of Mouth</i>	27
5. Dimensi <i>Word of Mouth</i>	27
6. <i>Word of Mouth Marketing</i>	29
7. Indikator <i>Word of Mouth</i>	30
2.2 Teori Pengaruh Antarvariabel	31
2.2.1 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian....	31
2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.2.3 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	33
2.2.4 Pengaruh Harga terhadap <i>Word of Mouth</i>	34
2.2.5 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.5 Perumusan Hipotesis	42
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	44
3.2. Tempat dan Objek Penelitian.....	44
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.3.1 Variabel Eksogen	45
3.3.2 Variabel Endogen	46
3.3.3 Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>)	46
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	47

3.4.1	Jenis Data	47
3.4.2	Sumber Data	47
3.5.	Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.5.1	Populasi Penelitian	48
3.5.2	Sampel Penelitian	48
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.7.	Teknik Pengolahan Data	50
3.8.	Metode Analisis Data	51
3.8.1	Pengembangan Model Teoritis	51
3.8.2	Pengembangan Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>)	52
3.8.3	Konversi Diagram Alur kedalam Persamaan Struktural	52
3.8.4	Memilih Matriks Input dan Estimasi Model	52
3.8.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	53
3.8.6	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	53
3.8.7	Indeks Kesesuaian dan <i>Cut-Off Value</i>	53
3.8.8	Interpretasi dan Modifikasi Model	55
3.8.9	Uji Validitas dan Realibilitas	56
3.8.10	Uji Normalitas	58
3.8.11	Uji <i>Outlier</i>	58
3.8.12	Uji Hipotesis	59
3.8.13	Uji Mediasi	59

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskripsi Data	61
4.1.1	Gambaran Umum Responden Penelitian	61
4.1.1.1	Pengelompokan Responden berdasarkan Jenis Kelamin	61

4.1.1.2	Pengelompokan Responden berdasarkan Umur	62
4.1.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel	63
4.1.2.1	Variabel <i>Lifestyle</i>	63
4.1.2.2	Variabel Harga	64
4.1.2.3	Variabel <i>Word of Mouth</i>	66
4.1.2.4	Variabel Keputusan Pembelian.....	67
4.2.	Kelayakan Estimasi Parameter.....	68
4.2.1	Uji Validitas.....	68
4.2.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	76
4.2.3	Uji Reliabilitas.....	77
4.3.	Analisis Inferensial.....	78
4.3.1	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM	78
4.3.1.1	Normalitas Data	79
4.3.1.2	<i>Outliers</i>	80
4.3.1.3	<i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	80
4.4.	Pengujian Hipotesis.....	81
4.4.1	Analisis Pengaruh Langsung	83
4.4.2	Hasil Uji Mediasi (<i>Sobel Test</i>).....	85
4.4.3	Besar <i>Total Effect</i>	88
4.5.	Pembahasan.....	89
4.5.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian....	89
4.5.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.5.3	Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	94
4.5.4	Pengaruh Harga terhadap <i>Word of Mouth</i>	97
4.5.5	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	99

BAB V : PENUTUP

5.1. Kesimpulan 102

5.2. Saran..... 103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Harga Tas Gosh Tahun 2020	3
Tabel 2.1 Dimensi <i>Lifestyle</i>	13
Tabel 3.1 Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit Index</i>)...	55
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden berdasarkan Umur	62
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel <i>Lifestyle</i>	64
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Harga	65
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i>	66
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	70
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen.....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i>	76
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	77
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.12 Uji Normalitas Data	79
Tabel 4.13 Uji <i>Multivariate Outliers</i>	80
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Kelayakan Model	81
Tabel 4.15 <i>Regression Weights</i>	82
Tabel 4.16 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM	83
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Sobel Test</i>	86
Tabel 4.18 Besar <i>Total Effect</i>	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan Tas Gosh Periode 2016-2019.....	4
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
Gambar 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	61
Gambar 4.2 Pengelompokan Responden berdasarkan Umur.....	63
Gambar 4.3 <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Eksogen</i>	69
Gambar 4.4 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen Tahap I.....	71
Gambar 4.5 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen Tahap II.....	72
Gambar 4.6 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen Tahap III.....	73
Gambar 4.7 <i>Full Measurement</i>	75
Gambar 4.8 <i>Full Model</i>	82
Gambar 4.9 Pengaruh Mediasi Keputusan Pembelian terhadap <i>Lifestyle</i> dan <i>Word of Mouth</i>	86
Gambar 4.10 Pengaruh Mediasi Keputusan Pembelian terhadap Harga dan <i>Word of Mouth</i>	87

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Konstruk
- Lampiran 6 Frekuensi Data

