



**PENGARUH GAYA HIDUP, DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT
BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MERK
IPHONE**

(Studi Kasus pada Teras Store Jepara)

Oleh :

NASIROTUN NISWA

201811610

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

TAHUN 2023



**PENGARUH GAYA HIDUP, DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT
BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MERK
IPHONE**

(Studi Kasus pada Teras Store Jepara)

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

Oleh :

NASIROTUN NISWA

201811610

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

TAHUN 2023

**PENGARUH GAYA HIDUP, DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT
BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MERK
IPHONE**

(Studi Kasus pada Teras Store Jepara)

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, *1 Juli* 2023

Pembimbing I



Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M
NIDN 0625076401

Pembimbing II



Indah Dwi Prastyaningrum, S.E., M.M
NIDN 0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN 0024037701

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP, DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MERK IPHONE

(Studi Kasus pada Teras Store Jepara)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ^{20 Juli}..... 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN 0024037701

Pembimbing I



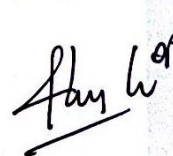
Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M
NIDN 0625076401

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomu dan Bisnis
Universitas Muria Kudus



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN 0616077304

Pembimbing II

 19/7/23.

Indah Dwi Prastyaningrum, S.E., M.M
NIDN 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Bahwa tiada orang dapatkan, kecuali yang ia usahakan dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya. (Q.n An Najm ayat 39-40)

Habis Gelap Terbitlah Terang (R.A Kartini)

PERSEMBAHAN :

Ku persembahkan skripsi ini sebagai tanda baktiku kepada kedua orang tua yang tidak pernah menyerah dalam mendidik dan mengasuh saya sungguh pengorbananmu ibarat permata dihatiku. Katamu penyejuk kalbu, kasihmu penopang hidupku, aku tunggu selalu nasihat sepanjang masa

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpah rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan menyusun skripsi dengan judul Pengaruh Gaya Hidup, Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Smartphone Merk Iphone yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Pada kesempatan ini, perkenalkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ibu dan Bapak terimakasih kepada kedua orang tuaku yang telah memberikan semangat kepada saya.
8. Pemilik teras store yang telah memberi izin penelitian.
9. Terimakasih juga kepada sahabat sahabatku dari awal maba sampai sekarang, Angela, Yunita, Risna, Firda, Ida, Noviani dan saudaraku Silda fauziyah yang telah memberi banyak motivasi dan dukungan kepada saya
10. Seluruh responden yang telah memberikan waktu guna pengisian kuesioner.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini, tidak dapat saya sebutkan satu per

satu, yang telah ikhlas memberikan do'a dan motivasi sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kudus, 2023

Penulis,

Nasirotn Niswa

PENGARUH GAYA HIDUP, DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MERK IPHONE

(Studi Kasus pada Teras Store Jepara)

Nasirotun Niswa
201811610

Pembimbing : 1. Drs.Dr. Joko Utomo, MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum , SE, MM

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, dan citra merk terhadap minat beli dan keputusan pembelian pada smarthphone merk Iphone. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer dan pengolahan data menggunakan teknik analisis AMOS (Analysis of Momen Structure) yang merupakan paket dalam program SEM (Structural Equation Modelling). Hasil analisis menunjukkan : 1) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Iphone Di Teras StoreJepara, 2) Citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Iphone Di Teras StoreJepara, 3) Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Teras StoreJepara, 4) Citra merk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Teras StoreJepara dan 5) Minat Beli tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Teras StoreJepara.

Kata Kunci : Gaya hidup; Citra Merk; Minat Beli; Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, AND BRAND IMAGE ON
PURCHASE INTEREST AND PURCHASE DECISIONS ON IPHONE
BRAND SMARTPHONES
(Case Study at Teras Store Jepara)**

Nasirotun Niswa
201811610

Advisor : 1. Drs.Dr. Joko Utomo, MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of lifestyle and brand image on purchase intention and purchase decisions on Iphone brand smartphones. This research is a quantitative research with descriptive type. The sample used in this study was 120 respondents. The sampling technique used purposive sampling. This study used primary data and data processing using the analysis technique AMOS (Analysis of Moment Structure) which is a package in the SEM (Structural Equation Modeling) program. The results of the analysis show: 1) Lifestyle has a positive and significant effect on Intention to Buy an Iphone at Teras Store Jepara, 2) Brand image has a positive and significant effect on Intention to Buy an Iphone at Teras Store Jepara, 3) Lifestyle has no effect on Iphone Purchase Decisions on Teras Jepara Store, 4) Brand image has no effect on Iphone Purchasing Decisions at Teras Store Jepara and 5) Purchase intention has no effect on Iphone Purchase Decisions at Teras Store Jepara.

Keywords: *Lifestyle; Brand Image; Purchase Interest; Buying decision.*

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	8
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Gaya Hidup (X1).....	11
2.1.2. Citra Merk (X2).....	14
2.1.3. Minat Beli (Y1).....	18
2.1.4. Keputusan Pembelian (Y2).....	21
2.2. Tinjauan Pustaka.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
2.4. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Rancangan Penelitian.....	32
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32
3.2.1. Variabel Penelitian.....	32
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	33

3.3. Jenis dan Sumber Data	35
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	36
3.4.1. Populasi	36
3.4.2. Sampel	36
3.5. Pengumpulan Data	37
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.6.1. Uji Validitas.....	38
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	39
3.7. Pengolahan Data.....	40
3.8. Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2. Penyajian Data.....	51
4.2.1. Deskripsi Responden	51
4.2.2. Tanggapan Responden.....	53
4.3. Analisis Data	56
4.3.1. Uji Instrumen Penelitian.....	56
4.3.2. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	62
4.3.3. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	65
4.3.4. Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>).....	73
4.3.5. Pengujian Hipotesis	75
4.3.6. Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	78
4.3.7. Uji Mediasi	78
4.4. Pembahasan.....	79
4.4.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Iphone Di Teras Store Jepara	79
4.4.2. Pengaruh Citra Merk Terhadap Minat Beli Iphone Di Teras Store Jepara	80
4.4.3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Teras Store Jepara.....	81

4.4.4. Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Teras Store Jepara.....	82
4.4.5. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Iphone Di Teras Store Jepara.....	83
4.4.6. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Iphone Di Teras Store Jepara.....	84
4.4.7. Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Iphone Di Teras Store Jepara.....	85
BAB V PENUTUP.....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Smartphone secara global berdasarkan brand Smartphone tahun 2021 (dalam persen).....	4
Tabel 1. 2 Data Penjualan iPhone di Teras Store dari tahun 2017 - 2021	5
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 <i>Comparative Fit Index</i>	48
Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Distribusi Pendapatan Responden.....	52
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Gaya Hidup.....	53
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Citra Merk	54
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Minat Beli.....	54
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Minat Beli.....	55
Tabel 4.8 Uji Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen	57
Tabel 4.9 Uji Analisis Faktor Konfirmatori Endogen.....	58
Tabel 4.10 <i>Convergent Validity</i>	60
Tabel 4.11 Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE).....	61
Tabel 4.12 <i>Discriminant validity</i>	61
Tabel 4.13 Reliabilitas	62
Tabel 4.14 Uji Normalitas Data	63
Tabel 4.15 Uji <i>Outliers</i>	65
Tabel 4.16 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	67
Tabel 4.17 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	68
Tabel 4.18 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen	69
Tabel 4.19 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen	70
Tabel 4.20 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i>	72
Tabel 4.21 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Modifikasi	73
Tabel 4.22 Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i> Parameter <i>Direct Effect</i>	74
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	75
Tabel 4. 24 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel.....	76

Tabel 4. 25 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian..... 78

Tabel 4. 26 Besar Total *effect* 78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir Pengaruh Gaya Hidup, Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Smarthphone Merk Iphone (Studi Kasus Pada Masyarakat Jepara)	30
Gambar 4.1 Uji Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen	57
Gambar 4.2 Uji Analisis Faktor Konfirmatori Endogen.....	58
Gambar 4.3 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	66
Gambar 4.4 Hasil Analisis Modifikasi Konfirmatori Variabel Eksogen.....	67
Gambar 4.4 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	69
Gambar 4.6 Hasil Analisis Modifikasi Konfirmatori Variabel Endogen	70
Gambar 4.7 Pengujian Konformatory Measurement	71
Gambar 4.8 Pengujian Konformatory Measurement Modifikasi.....	72