

**PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *BRAND IMAGE*
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MOBIL
MITSHUBISHI
DI KABUPATEN KUDUS**



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

2023

**PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *BRAND IMAGE*
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MOBIL
MITSHUBISHI
DI KABUPATEN KUDUS**



TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata dua (S2)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

ANGGA DWI SAPUTRO

NIM. 202101007

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2023**

TESIS


**PENGARUH *QUALITY PRODUCT, BRAND IMAGE*
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PRODUK MOBIL MITSUBISHI DI KABUPATEN KUDUS**


Oleh :
ANGGA DWI SAPUTRO
NIM. 202101007

Telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Tesis
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
Tanggal 29 Agustus 2023

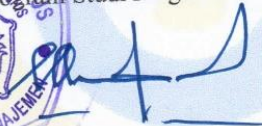
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Drs. H. JOKO UTOMO, MM
NIDN. 0625076401


Dr. SUPRIYONO, SE, MM
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Manajemen


Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

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

2023

IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS

**PENGARUH *QUALITY PRODUCT, BRAND IMAGE*
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK
MOBIL MITSHUBISHI DI KABUPATEN KUDUS**

Nama Mahasiswa : Angga Dwi Saputro
NIM : 202101007
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal Ujian : 29 Agustus 2023

TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. Drs. H. Joko Utomo, MM


(.....)

Anggota : Dr. Supriyono, SE, MM


(.....)

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM


(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul:

PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *BRAND IMAGE* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MOBIL MITSHUBISHI DI KABUPATEN KUDUS

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Penelitian Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN dicabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 21 Agustus 2023

Mahasiswa



Angga Dwi Saputro
202101054

RIWYAT HIDUP

Angga Dwi Saputro, Lahir di Kabupaten Kudus Tanggal 3 Mei 1992 anak dari ayah Teguh Winarso dan Ibu Ngatinah, SD Sampai SMA di Kabupaten Kudus Lulus Tahun 2010, Studi di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang pada Tahun 2015. Pengalaman Bekerja sebagai Staf Administrasi Bagian Cukai di PT. BLTI 2019-2021.

Kudus, 29 Agustus 2023

Penulis



Angga Dwi Saputro

NIM. 202101007

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Muria Kudus Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Dr. Kertati Sumekar, SE, MM dan seterusnya.
3. Ketua Program Studi Magister Manajemen Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM
4. Pembimbing Utama Dr. Drs. H. Joko Utomo, MM
5. Pembimbing anggota Dr. Supriyono, SE, MM
6. Orangtuaku, atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan doa.
7. Rekan-rekan penulis yang telah banyak memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitiandan penulisan tesis ini.

Kudus, Agustus 2023

Penulis



Angga Dwi Saputro
NIM. 202101007

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Pengaruh *Quality Product*, *Brand Image* dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening Pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus. Jenis penelitian ini menggunakan explanatory research. Sampel penelitian sebanyak 125 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji instrumen data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *Quality Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus, *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus, *Quality Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus, *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mobil Mitshubishi di Kabupaten Kudus.

Kata kunci : *Quality product*, *brand image* dan *lifestyle*, minat beli, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to influence product quality, brand image and lifestyle on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable for Mitsubishi car products in Kudus district. This type of research uses explanatory research. The research sample is 125 respondents. Methods of data collection using a questionnaire. Test data instruments using validity and reliability tests. Data analysis using Structural Equation Modeling SEM). The results of the study concluded that Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions on Mitsubishi Car Products in Kudus Regency, Brand Image has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions on Mitsubishi Car Products in Kudus Regency, Lifestyle has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions on Mitsubishi Car Products in Kudus Regency, Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Purchase Interests on Mitsubishi Car Products in Kudus Regency, Brand Image has a positive and significant effect on Consumer Purchase Interest on Mitsubishi Car Products in Kudus Regency, Lifestyle has a positive and significant effect on Consumer Purchase Interest on Mitsubishi Car Products in Kudus Regency. Purchase intention has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions on Mitsubishi Car Products in Kudus Regency.

Keywords: Product quality, brand image and lifestyle, purchase decision, purchase intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.2. <i>Quality Product</i>	14
2.2.3. <i>Brand Image</i>	19
2.2.5. <i>Lifestyle</i>	24
2.2.7. Minat Beli Konsumen	29
2.2.8. Keputusan Pembelian	32
2.3. Pengaruh Antar Variabel	35
BAB III KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS.....	41
3.1 Kerangka Konseptual	41
3.2 Perumusan Hipotesis	42
BAB IV METODE PENELITIAN	43
4.1 Pendekatan Penelitian	43
4.2 Tempat dan Waktu Penelitian	43
4.3 Populasi dan Sampel	44
4.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
4.5 Jenis dan Sumber Data	48
4.6 Metode Pengumpulan Data	49
4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.8 Analisis Data	51
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	58
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
5.2. Penyajian Data	59
5.3 Uji Instrumen Penelitian	65

	Halaman
5.4. Analisis Data	70
5.6 Pembahasan	86
BAB VI PENUTUP	98
6.1 Kesimpulan.....	98
6.2 Implikasi Manajerial	99
6.3. Agenda Penelitian yang Akan Datang	101
DAFTAR PUSTAKA	102



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1.	Kelebihan dan Kelemahan Produk Mitshubisi	3
Tabel 5.1.	Data Responden	59
Tabel 5.2.	Hasil Jawaban Quality Product	61
Tabel 5.3.	Hasil Jawaban Variabel Brand Image	61
Tabel 5.4.	Jawaban Variabel Life Style	62
Tabel 5.5.	Jawaban Variabel Minat Beli	64
Tabel 5.6.	Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 5.7.	Uji Validitas Variabel Quality Product	66
Tabel 5.8.	Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	66
Tabel 5.9.	Uji Validitas Variabel <i>Life Style</i>	67
Tabel 5.10.	Uji Validitas Variabel Minat Beli	67
Tabel 5.11.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 5.12.	Uji AVE	68
Tabel 5.13.	<i>Dicriminant Validity</i>	69
Tabel 5.14.	Uji Construct Reliability	70
Tahap 5.15.	Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen Awal	72
Tabel 5.16	Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen revisi	73
Tabel 5.17	Uji Model Goodness of Fit Variabel Endogen Awal	74
Tabel 5.18	Uji Model Goodness of Fit Variabel Endogen revisi	75
Tabel 5.19	Uji Model Goodness of Fit Variabel Measurement Model	77
Tabel 5.20	Uji Normalitas	78
Tabel 5.21	Analisis Outliers	79
Tabel 5.22.	Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	81
Tabel 5.23.	Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)_.....	81
Tabel 5.24.	Scalar Estiames	82
Tabel 5.25.	Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kerangka Pikir Teoritis	41
Gambar 5.1 Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen Awal.....	71
Gambar 5.2. Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen Revisi	72
Gambar 5.3. Konfirmatory Konstruk Endogen Tahap Awal	73
Gambar 5.4. Konfirmatory Konstruk Endogen Tahap Revisi	74
Gambar 5.5. Konfirmatory Measurement Model	76
Gambar 5.6. Pengujian Full Model SEM	80

