



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KEUNGGULAN PRODUK, GAYA
HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK OREO
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FEB
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Fauziah Faramitha

201911459

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**

**PENGERTIAN DAYA TARIK IKLAN, KEUNGGULAN PRODUK,
GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK OREO
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Nama : Fauziah Faruqillah

NIM : 201911459

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan Di hadapan Tim Penguji
Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 3 September 2024

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumutari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Kekel Tamara Fatma, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGERTIAN DAYA TARIK IKLAN, KEUNGGULAN PRODUK,
GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ORFO
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Nama : Pusriah Farumitih

NIM : 201911459

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan diperintahkan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 3 September 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Nurul Rizka Arumawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumawati, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan



(Kelce Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Kelce Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi diri kamu sendiri.
-Al-Laila 17:7-

Kepanikan adalah separuh penyakit, ketenangan adalah separuh obat dan
kesabaran adalah permulaan kesembuhan.
-Ibnu Sina-

"Daigoubu Boku saikyo dakara."

-Gojo Satoru-

Persembahan:

1. Kedua Orang Tua dan Tercinta
2. Adikku Tersayang
3. Teman-Teman dan Seperjuangan
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan semangat yang di tanamkan dalam jiwa ini, sehingga tidak satupun ungkapan yang bisa menggambarkan rasa syukur atas terselesainya skripsi ini, dengan judul "Pengaruh Daya Tarik Iklan, Keunggulan Produk, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oreo (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Feb Universitas Muria Kudus Angkatan 2020)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sudhekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.

5. Ibu Kake Tamara Fahira, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya program studi manajemen yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Seluruh Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Angkatan 2020 yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta: Hamam dan Rumiwati serta adik kandung Muhammad Riza Zaiful Fash, yang selalu mendukung dan mendukung setiap langkah yang penulis jalani.
9. Teman-teman seangkatan 2019 dan Wanda, Vira yang telah mendukung dan menyemangati saya dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna, oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang nantinya mampu membangun kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Kudus, 22 Juli 2024

Penulis,

Fauziah Faramitha
NIM. 201811459

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KEUNGGULAN PRODUK, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OREO (STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)

FAUZIAH FARAMITHA

2019-11-459

Pembimbing

1. Nurul Rizka Arundari, S.E., M.M.

2. Kaka Tamara Fahira, S.E., M.M.

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

ABSTRAKSI

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui daya tarik iklan, keunggulan produk, gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Muria Kudus FEB Manajemen Angkatan 2020. Data penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 135 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini secara parsial menyatakan bahwa daya tarik iklan, keunggulan produk, gaya hidup dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil secara simultan menunjukkan bahwa daya tarik iklan, keunggulan produk, gaya hidup dan citra merek berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, Keunggulan Produk, Gaya Hidup, Citra Merek, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF ADVERTISING ATTRACTIVENESS, PRODUCT EXCELLENCE, LIFESTYLE AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR OREO PRODUCTS (STUDY ON STUDENTS OF THE MANAGEMENT STUDY PROGRAM FEB MURIA UNIVERSITY KUDUS CLASS OF 2020)

FAUZIAH FARAMITHA
2019-11-459

Advisor

1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Keke Tamara Fatira, S.E., M.M.

UNIVERSITY MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACTION

This thesis aims to determine the attractiveness of advertising, product excellence, lifestyle and brand image on purchasing decisions made by University Muria Kudus Students FEB Management Class of 2020. This research data uses primary data in the form of a questionnaire. The method of determining the sampel uses purposive sampling, so that a sampel of 135 respondents is obtained. The data analysis used in this study is multiple linear regression analysis using SPSS 26. The results of this study partially state that advertising attractiveness, product superiority, lifestyle and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneous results show that advertising attractiveness, product superiority, lifestyle and brand image have a joint effect on purchasing decisions.

Keywords: *Advertising Attractiveness, Product Excellence, Lifestyle, Brand Image, Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	14
1.3 Perumusan masalah	15
1.4 Tujuan masalah	17
1.5 Manfaat penelitian	18
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Keputusan Pembelian	19
2.2 Daya Tarik Iklan	30
2.3 Keunggulan Produk	34
2.4 Gaya Hidup	38
2.5 Citra Merek	42
2.6 Pengaruh Antar Variabel	46

2.7 Penelitian Terdahulu	52
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	59
2.9 Hipotesis	59
BAB III. METODE PENELITIAN	61
3.1 Rancangan Penelitian	61
3.2 Jenis Dan Sumber Data	63
3.3 Definisi Operasional dan Variabel	65
3.4 Populasi Dan Sampel	68
3.5 Pengumpulan Data	70
3.6 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	72
3.7 Pengolahan Data	73
3.8 Analisis Data	74
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	80
4.2 Penyajian Data	82
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	88
4.4 Analisis Data	90
4.5 Pembahasan	99
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Award 2021-2024	7
Tabel 1.2 Daftar Merek Biskuit Kaleng Terpopuler Di Indonesia 2023	8
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Iklan (X1)	83
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Produk (X2)	84
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X3)	85
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X4)	86
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	87
Tabel 4.6 Uji Validitas	88
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	89
Tabel 4.8 Uji Normalitas	90
Tabel 4.9 Multikolineritas	91
Tabel 4.10 Heteroskedastisitas	92
Tabel 4.11 Persamaan Regresi	94
Tabel 4.12 Uji T	96
Tabel 4.13 Uji F	98
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB (Produk Domestik Bruto) Industri Makanan Dan Minuman (Q1/2021-Q1/2023)	2
Gambar 1.2 Oreo X Blackpink Menjadi Raja dalam Rekomendasi Brand Kue Kering	4
Gambar 8.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	59