



**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PENGGUNA
SMARTPHONE IPHONE**

**(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Diajukan oleh:

NANDA DIMAS AJI PANGESTU

201811238

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



**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PENGGUNA
SMARTPHONE IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS 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:

NANDA DIMAS AJI PANGESTU

201811238

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

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PENGGUNA SMARTPHONE IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Nanda Dimas Aji Pangestu
NIM : 201811238
Program Studi : Manajemen

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

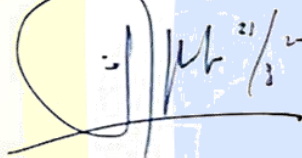
Kudus,

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)
NIDN. 0626017003

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PENGGUNA SMARTPHONE IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

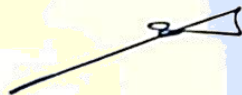
Nama : Nanda Dimas Aji Pangestu
NIM : 201811238
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

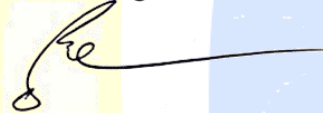
Mengetahui

Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)
NIDN. 0626017003

Mengetahui

Dekan



(Dra. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah ayat 286)

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah ayat 5-6)

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat tiada hentinya. Serta keluarga, sahabat, teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya yang sangat besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PENGGUNA SMARTPHONE IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)”**

Skripsi ini disusun oleh penulis guna melengkapi syarat untuk menyelesaikan program S1 Program Studi Manajemen pada Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini ada pihak di belakang penulis yang senantiasa memberikan pengarahan, bantuan, bimbingan, dan semangat untuk tetap berjuang. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan arahan selama menempuh perkuliahan.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus .
4. Sutono, SE, MM, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Faridhatun Faidah, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
7. Kedua orang tua saya Bapak Sulani dan Ibu Siti Nur Safaatun, terima kasih untuk senantiasa mendoakan dan memberikan semangat serta motivasi yang tiada hentinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Kudus,

Nanda Dimas Aji Pangestu

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PENGGUNA SMARTPHONE
IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nanda Dimas Aji Pangestu
201811238

Dosen Pembimbing: 1. Sutono, SE, MM, Ph.D
2. Faridhatun Faidah, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pengguna dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Data penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Metode penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 135 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model*. Hasil penelitian menyatakan bahwa gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, sedangkan gaya hidup dan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna.

Kata kunci: gaya hidup, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian, loyalitas pengguna

***INFLUENCE OF LIFE STYLE, PRODUCT QUALITY AND BRAND
IMAGE ON PURCHASING DECISION AND THEIR IMPACT ON USER
LOYALTY SMARTPHONE IPHONE (STUDY ON STUDENT FACULTY
OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)***

Nanda Dimas Aji Pangestu
201811238

Advisor: 1. Sutono, SE, MM, Ph.D
2. Faridhatun Faidah, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT

ABSTRACT

This study aims to analyse influence of life style, product quality and brand image on user loylaty with purchasing decision as an intevening variable. The data in this study are primary data obtained from quesioneer. Based on sampel to purposive sampling method then the sumple used 135 respondents. Method in this study with structural equation model. The result this research state that life style and product quality have positive and significant effect on puchasing decision, other than that brand image have no significant effect on purchasing decision. Product quality and purchasing decision have positive and significant effect to user loyalty, other than that life style and brand image have no significant effect to user loyalty.

Keywords: life style, product quality, brand image, purchasing decision, user loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Loyalitas Pengguna	14
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3 Gaya Hidup	19
2.1.4 Kualitas Produk.....	23
2.1.5 Citra Merek	27
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.5 Hipotesis	42

	Halaman
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Rancangan Penelitian.....	43
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4 Populasi dan Sampel.....	49
3.5 Pengumpulan Data.....	50
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.7 Pengolahan Data.....	52
3.8 Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.2 Karakteristik Responden.....	62
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	63
4.4 Hasil Analisis Data	68
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	68
4.4.2 Hasil Asumsi SEM.....	73
4.4.3 Analisis Konfirmatori	82
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	84
4.4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	86
4.4.6 Hasil Uji Mediasi	87
4.5 Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Top Brand Indeks	8
Tabel 3.1 Uji Goodness of Fit	56
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Variabel Gaya Hidup	64
Tabel 4.4 Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4.5 Variabel Citra Merek	66
Tabel 4.6 Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.7 Variabel Loyalitas Pengguna	68
Tabel 4.8 Hasil Convergent Validity	69
Tabel 4.9 Hasil AVE.....	70
Tabel 4.10 Hasil Discriminant Validity	70
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	71
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Assessment of Normality</i>	72
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Mahalanobis Distance</i>	73
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Full Measurement</i>	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Faktor Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	75
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Goodness of Fit SEM</i>	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Konfirmatori SEM.....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
Tabel 4.20 Hasil Uji Mediasi	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan Smartphone Iphone Kuartal 2021-2022 di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Ulasan Pengguna Iphone	6
Gambar 1.3 Data Data Insight Iphone.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	74
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori SEM.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	98
Lampiran 2 Tabulasi	104
Lampiran 3 Deskripsi Variabel	128
Lampiran Output AMOS	143

