



**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK,
GAYA HIDUP, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION
NADHEERA LUXURY**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

ICHDA PUTRI ANGGRAENI

202011629

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK,
GAYA HIDUP, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION
NADHEERA LUXURY**

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

Oleh :

ICHDA PUTRI ANGGRAENI

202011629

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION NADHEERA LUXURY**

Nama : Ichda Putri Anggraeni

NIM : 202011629

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 13 Februari 2025

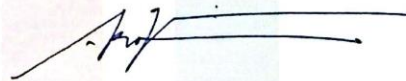
Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II

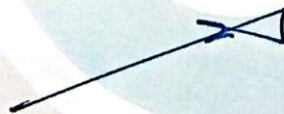


(Rozaq M. Yasin, S.E., M.EK.)

NIDN. 0615079303

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION NADHEERA LUXURY**

Nama : Ichda Putri Anggraeni
NIM : 202011629
Program Studi : Manajemen

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

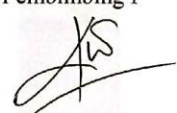
Kudus, 7 Maret 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi


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

Pembimbing I


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

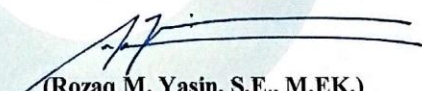
Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Samekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Rozaq M. Yasin, S.E., M.EK.)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*-nya. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan dan doa. Diantaranya:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Fahrur Rozi dan Ibu Erlina Puspitasari.
Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin kalian, serta perhatian, semangat, do’a, dan tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan aamiin.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT karena pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Nadheera Luxury” ini melalui berbagai proses yang dilalui. terselesaikannya skripsi ini tentu berkat dukungan dan doa dari banyak pihak yang membantu penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan Rozaq M. Yasin, S.E., M.EK selaku dosen pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berbagi ilmu pengetahuan maupun pengalaman selama proses perkuliahan berlangsung.

6. Kedua orang tua penulis Bapak Fahrur Rozi dan Ibu Erlina Puspitasari yang telah memberikan semangat, perhatian, dan selalu memberikan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Almarhumah nenek saya, terima kasih sudah menjadi sosok orang tua yang sangat menyayangi cucunya dan berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Alhamdulillah kini saya bisa berada ditahap ini meskipun pada akhirnya perjalanan ini harus saya lewati tanpa lagi kau temani.
8. Ketiga adik tercinta Sani Putra Anggoroseno, Falena Cantika Anggradhita, dan Filena Ayunda Anggradhita. Terima kasih sudah menguatkan, menjadi *support system* terbaik, selalu memberikan dukungan, dan semangat agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk teman seperjuangan Septian Ely Rahmawati. Terima kasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberikan bantuan saat saya membutuhkannya. Terima kasih telah memberi semangat dan dukungan.
10. Semua responden yang telah bersedia mengisi kuesioner, yang tanpa bantuannya skripsi ini tidak akan terselesaikan.
11. Terakhir saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri Ichda Putri Anggraeni. Terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih telah percaya pada diri sendiri bahwa saya bisa melalui semua ini. Terima kasih sudah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tetap memutuskan untuk tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan

semaksimal mungkin ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Kudus, 2025

Penulis

Ichda Putri Anggraeni
NIM. 202011629

**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION NADHEERA LUXURY**

Ichda Putri Anggraeni

Pembimbing I: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

Pembimbing II: Rozaq M. Yasin, S.E., M.EK.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain produk, citra merek, gaya hidup, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk fashion Nadheera Luxury. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang berupa kuesioner. Sampel pada penelitian ini berjumlah 125 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 25. Hasil dari penelitian ini diperoleh dengan menggunakan uji t dan uji F yang menunjukkan bahwa secara parsial 1) desain produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 5) secara simultan desain produk, citra merek, gaya hidup, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion Nadheera Luxury.

Kata Kunci: Desain Produk, Citra Merek, Gaya Hidup, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN, BRAND IMAGE, LIFESTYLE,
AND PRICE PERCEPTIONS ON PURCHASING DECISIONS FOR
NADHEERA LUXURY FASHION PRODUCTS**

Ichda Putri Anggraeni

Supervisor I: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

Supervisor II: Rozaq M. Yasin, S.E., M.EK.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACTION

This study aims to analyze the influence of product design, brand image, lifestyle, and price perception on purchasing decisions for Nadheera Luxury fashion products. This study uses a quantitative approach with primary data in the form of questionnaires. The sample in this study amounted to 125 respondents using purposive sampling techniques. The analysis techniques used include multiple linear regression analysis and coefficient of determination with the help of SPSS 25. The results of this study were obtained using the t test and F test which showed that partially 1) product design has a positive but insignificant effect on purchasing decisions, 2) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions, 4) price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions, 5) simultaneously product design, brand image, lifestyle, and price perception have a positive and significant effect on purchasing decisions for Nadheera Luxury fashion products.

Keywords: Product Design, Brand Image, Lifestyle, Price Perception, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PRSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACTION</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	10
1.3. Perumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.2. Keputusan Pembelian.....	16
2.3. Desain Produk.....	20
2.4. Citra Merek	23
2.5. Gaya Hidup	26
2.6. Persepsi Harga	33
2.7. Pengaruh antar Variabel.....	36
2.8. Penelitian Terdahulu.....	38
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
2.10. Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45

3.1. Rancangan Penelitian	45
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
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	51
3.8. Uji Asumsi Klasik	52
3.9. Analisis Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan Nadheera Luxury	57
4.2. Penyajian Data	58
4.2.1. Identitas Responden	58
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian	61
4.3. Uji Instrumen	65
4.3.1. Uji Validitas	65
4.3.2. Uji Reliabilitas	67
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1. Uji Normalitas	67
4.4.2. Uji Multikolinearitas	69
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	69
4.5. Analisis Data	70
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.5.2. Uji t	72
4.5.3. Uji F	74
4.5.4. Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.6. Pembahasan	76
4.6.1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.6.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.6.3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	78

4.6.4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.6.5. Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, Gaya Hidup, dan Persepsi Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	91