

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND IMAGE*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IPHONE PADA KARANG TARUNA
DESA TAMBAK KEMARAKAN KEC. KRIAN KAB.
SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

**SHAFSA SABILA
NIM : 1122000025**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND IMAGE*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IPHONE PADA KARANG TARUNA
DESA TAMBAK KEMARAKAN KEC. KRIAN KAB.
SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

SHAFa SABILA
NIM : 1122000025

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Shafa Sabila
NBI : 1122000025
Judul Skripsi : Pengaruh *lifestyle*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian iphone pada karang taruna desa Tambak Kemarakan Kec. Krian Kab. Sidoarjo

Surabaya, 09 Juli 2024

Mengetahui :
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103


Drs. Agung Pujiyanto, M.M
NPP. 20120.92.0284

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memnuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada 2 Juli 2024 :

Dewan Penguji :

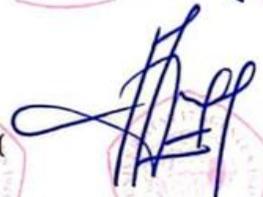
1. **Drs. Agung Pujianto, M.M.**
Ketua

()

2. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**
Anggota

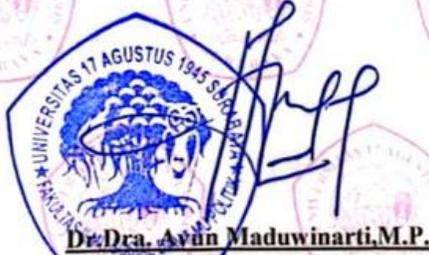
()

3. **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**
Anggota

()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Shafa Sabila

NIM : 1122000025

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *lifestyle*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian iphone pada karang taruna desa Tambak Kemarakan Kec. Krian Kab. Sidoarjo

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 08 Juli 2024
Yang membuat Pernyataan



(Shafa Sabila)



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shafa Sabila

NBI : 1122000025

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh *lifestyle, brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian iphone pada karang taruna Desa Tambak Kemerakan Kec. Krian Kab. Sidoarjo

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Pada Tanggal : 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Shafa Sabila)

MOTTO

"Kesuksesan adalah hasil dari upaya-upaya kecil, yang dilakukan berulang-ulang dari hari ke hari."

- Robert Collier

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Untuk Kedua Orang Tua yang paling berjasa dalam hidup saya. Ayah Andi Ludianto (Alm) dan Ibu Sri Wahyuni. Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada saya untuk melanjutkan pendidikan kuliah, serta cinta dan doa, motivasi, semangat dan tidak hentinya diberikan kepada anaknya dalam menyusun skripsi ini.
2. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya selama dibangku perkuliahan.
3. Kepada keluarga saya yang telah memberikan dukungan dan doa yang terus mengalir.

ABSTRAK

Era globalisasi membawa kemajuan teknologi dan informasi yang menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu smartphone yang populer adalah iPhone dari Apple Inc., yang dikenal dengan inovasi dan fitur unggulannya seperti kamera berkualitas tinggi, sistem operasi iOS, dan berbagai aplikasi produktivitas dan hiburan. Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh Keputusan Pembelian iPhone dikalangan Karang Taruna Desa Tambak Kemerakan yang dipengaruhi oleh *lifestyle*, *brand image* dan kualitas produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh dari 91 responden yang tergabung dalam Karang Taruna Desa Tambak Kemerakan, yang disebar melalui e-kuesioner yang disebar melalui Google Form. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistic deskriptif dan analisis regresi linier berganda melalui software SPSS. Pengujian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis parsial (Uji-t), Uji Simultan (Uji-F), Uji Koefisien Determinasi (R^2). Dengan hasil uji validitas pada variabel *lifestyle*, *brand image*, kualitas produk dan keputusan pembelian adalah valid dengan r hitung lebih besar daripada r tabel. Sedangkan hasil dari uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel *brand image* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dan pada variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menyarankan kepada perusahaan jika ingin meningkatkan keputusan pembelian maka perusahaan harus terus memperkuar *brand image* dan kualitas produknya tanpa terlalu fokus pada faktor gaya hidup konsumen.

Kata Kunci : *Lifestyle*, *Brand image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian iPhone

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kehadirat Allah SWT dan juga berkah, Rahmat serta hidayah- Nya yang senantiasa diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Lifestyle, Brandimage* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Karang Taruna Desa Tambak Kemerakaan. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat dalam menyelesaikan program Pendidikan S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.

Penulis Menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan serta bantuan dari pihak dalm penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT karena telah diberi nikmat sehat, keadaan yang mendukung untuk mengerjakan skripsi hingga diberikan untuk kemudahan dan kelancaran.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA.,CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945
3. Dr. Dra Ayun Maduwinarta, MP, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Drs. Agung Pujianto, M.M. Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan memberi arahan serta saran selama menyusun skripsi.
5. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M, Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Drs. Sri Andayani, M.M. Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberi arahan serta saran selama menyusun skripsi.
7. Alm. Ayah Andi Ludianto, banyak hal yang menyakitkan saya lalui tanpa sosok ayah karena kematian adalah rasa sakit yang tidak akan pernah ditemukan obat penawarnya sampai kapanpun. Rasa iri dan rindu yang seringkali saya rasakan. Tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih atas kehidupan yang ayah berikan. Maka, tulisan ini penulis persembahkan untuk ayah di surga.
8. Kepada Ibu saya Sri Wahyuni yang selama ini selalu mendoakan dan menyayangi dan memberikan dukungan kepada saya tanpa henti hingga bisa

kuliah sampai jenjang S-1.

9. Teristimewah buat pemilik nama Bripda Gebril Dwi Setyo selaku kekasih penulis, terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada, sudah mau mendengarkan keluh kesah sepanjang pembuatan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi bagian darihidup saya, harapan saya semoga kita bisa sukses bersama sesuai dengan apa yang kita impikan.

10. Teman penulis Nabilla yang selalu membersamai dari awal perkuliahan 4 tahun iniyang membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan tak pernah henti saling menyemangati.

11. Kepada teman penulis Satifa dan Farisha terimakasih sudah selalu ada disaat penulisbutuh bantuan atau kesulitan

12. Terakhir untuk Shafa Sabila, *last but no last*, ya! Diri saya sendiri Apresiasi sebesar-besarnya karna telang bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah, Terimakasih sudah bertahan. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Shafa. Rayakan selalu kehadiranmu di dunia semua hal yang membuatmu hidup.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Definisi Konsep	38
2.4 Definisi Operasional	38
2.5 Pola Hubungan antar Variabel	40
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran	42
2.7 Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Rancangan Penelitian.....	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	47
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6 Teknik Analisis Data	50
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Penyajian Data	55
4.2 Instrumen penelitian.....	57
4.3 Analisis Data.....	76
4.4 Pembahasan	86
BAB V	90
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Rekomendasi	91

DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Skala Linkert	47
Tabel 3.2 Kategori Skala Interval	47
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	56
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia	56
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pekerjaan	57
Tabel 4.4 Uji Validitas	58
Tabel 4.5 Uji Reabilitas	59
Tabel 4.6 Tabulasi Variabel <i>Lifestyle</i> (X1)	59
Tabel 4.7 Tabulasi Variabel <i>Brandimage</i> (X2)	62
Tabel 4.8 Tabulasi Variabel Kualitas Produk (X3)	65
Tabel 4.9 Tabulasi Variabel Keputusan pembelian (X4)	68
Tabel 4.10 Hasil nilai rata-rata variabel <i>lifestyle</i>	71
Tabel 4.11 Hasil nilai rata-rata variabel <i>brandimage</i>	73
Tabel 4.12 Hasil nilai rata-rata variabel kualitas produk	74
Tabel 4.13 Hasil nilai rata-rata variabel keputusan pembelian	76
Tabel 4.14 Hasil uji <i>one-sample Kolmogorov-smirnov test</i>	78
Tabel 4.15 Uji linieritas <i>lifestyle</i>	80
Tabel 4.16 Uji linieritas <i>brandimage</i>	81
Tabel 4.17 Uji linieritas kualitas produk	82
Tabel 4.18 Hasil uji multikolinearitas	83
Tabel 4.19 Regresi linier berganda	84
Tabel 4.20 Uji koefisien determinasi	85
Tabel 4.21 Uji t	86
Tabel 4.22 Uji F	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Merek	3
Gambar 2. Volume Penjualan Pada Tahun 2017-2021	5
Gambar 4 Model Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	34
Gambar 5 Kerangka Dasar Pemikiran	43
Gambar 4.1 Uji normalitas model histogram	79
Gambar 4.2 Uji normal P-P Plo	80