

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR VESPA MATIC PIAGGIO DI SURABAYA
(Studi Kasus Pada Pengguna Motor Vespa Matic Piaggio)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

**ELHAM AZIZ WIDODO
1121600057**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR VESPA MATIC PIAGGIO DI SURABAYA**
(Studi Kasus Pada Pengguna Motor Vespa Matic Piaggio)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:
ELHAM AZIZ WIDODO
1121600057

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Elham Aziz Widodo

NPM : 1121600057

**Judul : Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup
Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Matic
Piaggio Di Surabaya (Studi Kasus Pada Pengguna Motor
Vespa Matic Piaggio)**

Surabaya, 13 Juli 2020

Mengatahui

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

**Disetujui oleh
Dosen Pembimbing**

Dr. Endro Tjahyono, MM.

Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM.

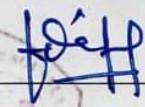
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 7 Juli 2020.

Dewan Pengaji

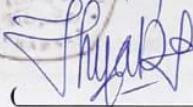
1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

Ketua



2. Dra. Awin Mulyati, MM

Anggota



3. Dra. Sri Andayani, MM

Anggota



Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,




Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elham Aziz Widodo

NPM : 1121600057

Progam Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Matic Piaggio Di Surabaya (Studi Kasus Pada Pengguna Motor Vespa Matic Piaggio)

Menyatakan

1. Bawa 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 yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bawa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian 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, 24 Juni 2020

Yang membuat pernyataan



Elham Aziz Widodo



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 : Elham Aziz Widodo
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Matic Piaggio Di Surabaya (Studi Kasus Pada Pengguna Motor Vespa Matic Piaggio)”

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 21 Juli 2020

Yang Menyatakan



Elham Aziz Widodo

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Alm. Bapak saya tercinta dan tersayang yaitu Bapak Gunadji. Terima kasih untuk motivasi dan nasihat yang selalu Bapak berikan dalam hidup saya. Ini hadiah untuk Alm. Bapak.
2. Ibuku tercinta dan tersayang yaitu Ibu Siti Rumlah. Terima kasih untuk segala doa, motivasi, dukungan dan kasih sayang yang telah ibu berikan sehingga saya bisa melalui ini semua dengan sabar. Ini hadiah untuk Ibu.
3. Kaka dan adik saya tercinta dan tersayang yang selalu menjadi kekuatan saya dan panutan bagi saya, semoga sukses untuk kita semua
4. Almamaterku tercinta, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih untuk segala ilmu dan cerita yang telah diberikan.

MOTTO

Teman baik ku adalah orang-orang yang berdoa untuk diriku.
(Aristoteles)

Kemenangan Yang seindah indahnya dan sesukarnya yang boleh direbut oleh
manusia ialah menundukkan diri sendiri
(Ibu Kartini)

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang
terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya
(Albert Einstein)

Janganlah mencoba menjadi orang sukses tapi cobalah jadi orang yang berharga
(Albert Einstein)

ABSTRAK

Perilaku konsumen merupakan faktor yang penting yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa. pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh inovasi produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian motor Vespa Matic Piaggio di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan Vespa Matic Piaggio di Surabaya. Adapun sampel yang digunakan berjumlah 100 orang responden dengan menggunakan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuisioner. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji validasi, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi (R^2), uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 16.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, citra merek dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,986. Hal ini berarti bahwa 98,6% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh inovasi produk, citra merek dan gaya hidup sedangkan sisanya yaitu 1,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini. Adapun variabel yang paling dominan berpengaruh yaitu variabel gaya hidup, dengan nilai t-hitung sebesar 23,187.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRAC

Consumer behavior is an important factor that can influence the consumer's decision process to buy or consume products and services. Consumer decision making is an integration process that combines knowledge to evaluate two or more alternative behaviors, and choose one of them. The result of this integration process is a choice presented cognitively as a desire to behave. This study aims to determine the effect of the influence of product innovation, brand image and lifestyle on purchasing decisions of Vespa Matic Piaggio motorcycles in Surabaya. The method used in this research is quantitative research using multiple linear regression analysis methods. The population used in this study is people who use Vespa Matic Piaggio in Surabaya. The samples used were 100 respondents using accidental sampling techniques. The data collection technique used is the distribution of questionnaires. The data analysis techniques used are validation test, reliability test, multiple linear regression test, correlation coefficient, coefficient of determination (R^2), classic assumption test and hypothesis test using SPSS version 16.

The results of this study indicate that product innovation, brand image and lifestyle have a positive effect on purchasing decisions. The result of determination (R^2) is equal to 0.986. This means that 98.6% of purchasing decision variables can be explained by product innovation, brand image and lifestyle while the remaining 1.4% is explained by other variables not proposed in this study. The most dominant variable influences the lifestyle variable, with a calculated value of 23,187.

Keywords : Product Innovation, Brand Image, Lifestyle, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur Saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan petunjuk-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Matic Piaggio Di Surabaya (Studi Kasus Pada Pengguna Motor Vespa Matic Piaggio)”

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan Strata satu jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar besarnya dan setulus tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan dukungan serta do'a yang tak ternilai harganya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan demikian penulis sampaikan terima kasih ini kepada:

1. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. Sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM. Sebagi Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran untuk membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga bisa terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, MM, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Hj. Diana Juni Mulyati, MM, selaku dosen wali yang telah memberikan restu untuk mengambil mata kuliah Skripsi di semester ini.
5. Kedua orang tua yang selalu mengiringi langkahku dengan doa serta dukungan disaat saya lagi down. Terima kasih untuk selama ini, saya akan selalu berusaha menjadi anak yang kalian banggakan.
6. Agus Wijaya Kakak yang menjadi salah satu semangat bagi saya. karena selalu memantau dan mendukung untuk segera menyelesaikan tugas skripsi dengan tepat waktu. Kamu memang terbaik

7. Kakak sepupu saya sekaligus teman seangkatan, sejurusan Isnaini Nur Baety yang selalu membantu menyelesaikan tugas selama kuliah dan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2016. Terima kasih atas kenangan yang sudah diukir bersama dan sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada pembuatan skripsi ini. oleh karena itu, Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan

Surabaya

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRAC	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
2.1. Latar belakang	1
2.2. Rumusan Masalah	4
2.3. Tujuan	4
2.4. Manfaat	4
2.5. Sitematika Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Inovasi Produk	13
2.2.2. Citra Merek	18
2.2.3. Gaya Hidup	24
2.2.4. Keputusan Pembelian.....	29

2.3.	Kerangka Berpikir	34
2.4.	Hubungan inovasi produk terhadap keputusan pembelian.....	35
2.5.	Hubungan citra merek terhadap keputusan pembelian.....	36
2.6.	Hubungan gaya hidup terhadap keputusan pembelian	36
2.7.	Hipotesis.....	37
2.8.	Konsep Dan Definisi Operasional.....	37
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1.	Rancangan Penelitian	39
3.2.	Populasi Dan Sampel	39
3.3.	Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	41
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.	Teknik Analisis Data.....	42
	BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1.	Penyajian Data.....	46
4.2	Analisis Data	48
4.3.	Pembahasan.....	62
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
6.1.	Kesimpulan	66
5.2.	Saran.....	67
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Sepeda Motor Matic di Indonesia.....	2
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2. 2 Dimensi Lifestyle Menurut Solomon.....	25
Tabel 2. 3 Konsep dan Definisi Operasioinal.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Karekteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdsarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas X 1 (Inovasi Produk).....	49
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas X 2 (Citra Merek).....	49
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Validitas X 3 (Gaya Hidup).....	49
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas Y (Keptusan Pembelian).....	50
Tabel 4. 9 Pengujian Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 10 hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 13 Rentang Nilai Korelasi.....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Korelasi.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji R2 (Uji Koefisien Determinasi).....	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen....	30
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4. 1 Grafik Scatterplots.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuisioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	81
Lampiran 3 Uji Validitas.....	96
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	101
Lampiran 5 Uji normalitas.....	103
Lampiran 6 Uji multikolinieritas.....	104
Lampiran 7 Uji heterokedastisitas.....	104
Lampiran 8 Regresi linear berganda.....	105
Lampiran 9 Uji korelasi.....	105
Lampiran 10 Uji r ²	106
Lampiran 11 Uji f.....	107
Lampiran 12 Uji t.....	107
Lampiran 13 Kartu bimbingan skripsi.....	108
Lampiran 14 Kartu perintah revisi.....	110
Lampiran 15 Hasil uji turnitin.....	114

