

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SMARTPHONE IPHONE* DI
KOTA BEKASI
(STUDI KASUS PENGGUNA *SMARTPHONE IPHONE* BEKAS DI KOTA BEKASI)**

SKRIPSI

Oleh:

CHRISTIAN GIDEON MANDAGI

201810325412



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
BEKASI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Smartphone iPhone* (Studi Kasus Pengguna *Smartphone iPhone* Bekas Di Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Christian Gideon Mandagi

NPM : 201810325412

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M

NIDN : 0314118601

Chairoel Woestho, S.E., M.M

NIDN : 0325068506

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Smartphone iPhone* Di Kota Bekasi (Studi Kasus Pengguna *Smartphone iPhone* Bekasi di Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Christian Gideon Mandagi

NPM : 201810325412

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Edward Efendi Silalahi, S.Mn., M.M
NIDN : 0310016102

Sekretaris Tim Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP
NIDN : 0302066905

Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M
NIDN : 0314118601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN : 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S Ak
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Smartphone iPhone* Di Kota Bekasi (Studi Kasus Pengguna *Smartphone iPhone* Bekas Di Kota Bekasi).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang dimana sumbernya telah dituliskan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 18 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Christian Gideon Mandagi

201810325412

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk, gaya hidup, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone iPhone* bekas di Kota Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan pengguna *smartphone iPhone*. Teknik yang digunakan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 113 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan *Structural Equation (SEM) – SmartPLS 3.0*.

Hasilnya penelitian ini memberikan penjelasan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone iPhone* bekas di Kota Bekasi. Namun variabel kualitas produk, citra merek, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone iPhone* bekas di Kota Bekasi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan objek penelitian yang hanya dilakukan pada pengguna *smartphone iPhone* bekas di Kota Bekasi. Hal ini dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya. Kebaharuan dalam penelitian ini menggabungkan variabel kualitas produk, gaya hidup, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone iPhone* bekas di Kota Bekasi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Gaya Hidup, Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research is research used to measure the influence of product quality, lifestyle, brand image and price on purchasing decisions for used iPhone smartphone products in Bekasi City. This research is a quantitative research where the objects used are iPhone smartphone users. The technique used uses accidental sampling, namely a technique for determining samples based on chance, that is, any patient who coincidentally meets the researcher can be used as a sample. The number of samples used in this research was 113 respondents. The design used in this research is hypothesis testing using Structural Equation (SEM) – SmartPLS 3.0.

The results of this research provide an explanation that lifestyle variables do not significantly influence the decision to purchase used iPhone smartphone products in Bekasi City. However, the variables product quality, brand image and price have a significant influence on purchasing decisions for used iPhone smartphone products in Bekasi City.

This research has the limitation of the research object being that it was only conducted on used iPhone smartphone users in Bekasi City. This can be a suggestion for future researchers. The novelty in this research combines the variables of product quality, lifestyle, brand image and price on purchasing decisions for used iPhone smartphone products in Bekasi City.

Keywords: *Product Quality, Lifestyle, Brand Image, Price, and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan seluruh rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Smartphone iPhone* Di Kota Bekasi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari doa dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., C.A., CSRA., CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Yayan Hendrayan, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan serta waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Choiroel Woestho, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan serta waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua yang selalu sabar dalam memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kuliah yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu membantu dan memberikan pandangan kepada penulis selama perkuliahan.

Sebagai penutup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 18 Juli 2024

Penulis,

Christian Gideon Mandagi



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Masalah	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	12
2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2 Keputusan Pembelian	12
2.2.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.3 Kualitas Produk	14
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	14
2.4 Gaya Hidup	15
2.4.1 Pengertian Gaya Hidup.....	15
2.4.2 Indikator Gaya Hidup	15
2.4.3 Faktor – Faktor Gaya Hidup	16
2.5 Citra Merek.....	17
2.5.1 Faktor Yang Membentuk Citra Merek.....	18
2.5.2 Dimensi Citra Merek.....	19
2.6 Harga.....	20
2.6.1 Pengertian Harga.....	20
2.6.2 Indikator Harga.....	20
2.7 Peneliti Terdahulu.....	22
2.8 Kerangka Konsep.....	29
2.9 Hipotesis Penelitian	30

2.9.1	Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	30
2.9.2	Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	30
2.9.3	Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.9.4	Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB III		34
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Tahapan Penelitian	34
3.3	Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.4	Model Konseptual Penelitian	34
3.5	Batasan Operasional	36
3.6	Definisi Operasionalisasi Variabel	36
3.6.1	Variabel Terkait (<i>Dependent Variable</i>)	36
3.6.2	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	37
3.7	Pengukuran Variabel Penelitian	39
3.7.1	Kualitas Produk.....	39
3.7.2	Gaya Hidup.....	40
3.7.3	Citra Merek	41
3.7.4	Harga	42
3.7.5	Keputusan Pembelian	42
3.8	Metode Penelitian Sampel.....	43
3.8.1	Populasi.....	43
3.8.2	Sampel.....	44
3.9	Metode Analisis Data	44
3.9.1	<i>Outer Model</i>	46
3.9.2	<i>Inner Model</i>	48
3.10	Data dan Sumber Data.....	49
3.11	Jenis Data	49
3.12	Sumber Data.....	49
3.13	Teknik Pengumpulan Data	49
3.14	Pengujian Hipotesis	51
BAB IV		52
4.1	Gambaran Umum Penelitian	52
4.1.1	Profil <i>Apple</i>	52

4.1.2	Visi dan Misi <i>Apple</i>	53
4.2	Deskripsi Data	53
4.3	Gambaran Umum Responden.....	54
4.3.1	Jenis Kelamin	55
4.3.2	Usia	56
4.3.3	Pendidikan	57
4.3.4	Lama Menggunakan <i>Smartphone iPhone</i>	58
4.4	Analisis Data.....	60
4.4.1	Hasil Analisis Data Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	60
4.4.1.1	Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	61
4.4.1.2	Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	65
4.4.1.3	Composite Reliability.....	69
4.4.1.4	Cornbarch Alpha	71
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	73
4.4.3	Pengujian Hipotesis	76
4.5	Pembahasan.....	78
4.5.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.5.2	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.5.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.5.4	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
BAB V		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Smartphone</i> dari tahun 2022 – 2023	2
Tabel 2.7 Peneliti Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi & Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2 Variabel Pernyataan Kualitas Produk	37
Tabel 3.3 Variabel Pernyataan Gaya Hidup	38
Tabel 3.4 Variabel Pernyataan Citra Merek	38
Tabel 3.5 Variabel Pernyataan Harga	39
Tabel 3.6 Variabel Pernyataan Keputusan Pembelian	40
Tabel 3.7 Skala Penelitian <i>Likert</i>	47
Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Smartphone iPhone</i> Bekas	59
Tabel 4.6 Hasil <i>Outer Loading</i> Kualitas Produk.....	62
Tabel 4.7 Hasil <i>Outer Loading</i> Gaya Hidup	63
Tabel 4.8 Hasil <i>Outer Loading</i> Citra Merek.....	63
Tabel 4.9 Hasil <i>Outer Loading</i> Harga.....	64
Tabel 4.10 Hasil <i>Outer Loading</i> Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.11 Hasil <i>Cross Loading</i> Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.12 Hasil <i>Cross Loading</i> Gaya Hidup	66

Tabel 4.13 Hasil <i>Cross Loading</i> Citra Merek	67
Tabel 4.14 Hasil <i>Cross Loading</i> Harga.....	68
Tabel 4.15 Hasil <i>Cross Loading</i> Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.16 Hasil <i>Avarage Variant Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 4.17 Hasil <i>Composite Reliability</i> Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 4.18 Hasil <i>Composite Reliability</i> Variabel Gaya Hidup	70
Tabel 4.19 Hasil <i>Composite Reliability</i> Variabel Citra Merek.....	70
Tabel 4.20 Hasil <i>Composite Reliability</i> Variabel Harga	71
Tabel 4.21 Hasil <i>Composite Reliability</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.22 Hasil <i>Cornbarch Alpha</i> Variabel Kualitas Produk	71
Tabel 4.23 Hasil <i>Cornbarch Alpha</i> Variabel Gaya Hidup.....	72
Tabel 4.24 Hasil <i>Cornbarch Alpha</i> Variabel Citra Merek	72
Tabel 4.25 Hasil <i>Cornbarch Alpha</i> Variabel Harga.....	72
Tabel 4.26 Hasil <i>Cornbarch Alpha</i> Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.27 Hasil <i>R-Square</i>	74
Tabel 4.28 Hasil Uji <i>F-Square</i> Kualitas Produk.....	75
Tabel 4.29 Hasil Uji <i>F-Square</i> Gaya Hidup	75
Tabel 4.30 Hasil Uji <i>F-Square</i> Citra Merek	75
Tabel 4.31 Hasil Uji <i>F-Square</i> Harga.....	75
Tabel 4.32 Hasil <i>Path Coefficients</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Harga <i>Smartphone iPhone</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Smartphone iPhone</i> Bekas	59
Gambar 4.5 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	61
Gambar 4.6 <i>Inner Model</i> Penelitian.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Uji Plagiarisme	93
Uji Referensi Skripsi	94
Kuesioner Penelitian	108
Data Kuesioner	113

