

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOX VAPE
STORE CABANG WISMA ASRI**

SKRIPSI

OLEH:

JAENUDIN

202110325271



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup
Terhadap Keputusan Pembelian pada HOX
Vape Store Cabang Wisma Asri

Nama Mahasiswa : Jaenudin
NPM : 202110325271
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Januari 2025

MENYETUJUI,
Pembimbing

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Wirawan Widjanarko, SE., Ak., MM., MBA., CMA

NIDN 0322086605


Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM

NIDN 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup
Terhadap Keputusan Pembelian Pada HOX
Vape Store Cabang Wisma Asri

Nama Mahasiswa : Jaenudin

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325271

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M
NIDN: 0331078303

Sekretaris Tim Penguji : Murti Wijayanti, S.E., M.M
NIDN: 0320127504

Penguji : Wirawan Widjanarko, SE, Ak., MM., MBA., CMA
NIDN: 0322086605

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN: 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

Skripsi dengan judul "Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada HOX Vape Store Cabang Wisma Asri " adalah hasil karyasaya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali kutipan yang digunakan sebagai referensi yang sumbernya telah disebutkan dengan jelas sesuai dengan aturan penulisan karya ilmiah.

Apabila di masa depan terungkap adanya pelanggaran dalam skripsi ini, saya siap menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Bhayangkara Jakarta Rayasesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk meminjam dan membuat salinan skripsi ini.

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

Jakarta, 12 Februari 2025
Yang Membuat Pernyataan



Jaenudin

202110325271

ABSTRAK

Jaenudin 202110325271, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 112 responden, terdiri dari konsumen berusia 17-50 tahun yang berdomisili di Bekasi Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan gaya hidup secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa penetapan harga yang kompetitif, strategi promosi yang efektif, serta pemahaman terhadap gaya hidup konsumen merupakan faktor penting yang dapat mendorong peningkatan penjualan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang relevan dalam industri vape, khususnya bagi HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Harga, Keputusan Pembelian, dan Promosi



ABSTRACT

Jaenudin 202110325271, *This study aims to analyze the influence of price, promotion, and lifestyle on consumer purchasing decisions at HOX VAPE STORE Wisma Asri Branch. The research employed a quantitative approach with multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to 112 respondents aged 17-50 years residing in North Bekasi. The results indicate that price, promotion, and lifestyle variables significantly influence purchasing decisions both partially and simultaneously. These findings suggest that competitive pricing, effective promotional strategies, and an understanding of consumer lifestyles are essential factors in driving sales growth. This research contributes to the development of relevant marketing strategies in the vape industry, particularly for HOX VAPE STORE Wisma Asri Branch.*

Keywords : *consumer purchasing, lifestyle, price, and promotion*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Iphone Di Bekasi Timur. Penulisan proposal skripsi ini merupakan bagian dari tugas akhir program Sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian ini kami lakukan dengan penuh dedikasi dan semangat untuk memahami dampak dari faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Iphone Khususnya Pemakai Iphone di Bekasi Timur

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr.Yayan Hendayana,S.E.,M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T.,M.M Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Wirawan Widjanarko, SE., Ak., MM., MBA., CMA ,yang telah Memberikan Motivasi, Memberikan Arahan dan Masukan berharga dalam merumuskan proposal ini
5. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM, yang telah memberikan arahan dan metode rumuskan proposal ini.
6. Seluruh dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih Secara Khusus kepada Support system kami yang telah membantu dalam semua aspek pengetahuan, ilmu dan masukan masukan serta saran, Untuk itu kami ucapkan kepada

1. Mamah tercinta Ibu Wartiah yang secara khusus mendidik saya dari mulai belajar berjalan hingga tercapai posisi saat ini. Semoga ibunda dan ayahanda kami selalu dalam keadaan sehat selalu. Aamin
2. Bapak tercinta Bapak Sahmad, yang sedari kecil mengajarkan saya dan dari pengalamannya lah saya banyak belajar bagaimana dunia nyata sesungguhnya
3. Istikarin selaku support system yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi dan banyak berdiskusi dengan saya tentang bisnis, pembelajaran hidup, dan masa depan
4. Teman teman seperjuangan skripsi yaitu Nico Endriantony, Safa Prasista dan Bintang Asri Yudha Pradana. Serta teman-teman Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu.

Akhir kata, kami menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, dan kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa depan. "Struggle is not only about how hard we run, but about how strong we are in facing every obstacle that comes our way" Berarti "Perjuangan bukan hanya tentang seberapa keras kita berlari, tetapi tentang seberapa kuat kita bertahan di setiap rintangan yang datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dunia usaha. Terima kasih.

Bekasi, 4 November 2024

Jaenudin

202110325271

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	9
TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Telaah Teoritis.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Harga.....	12
2.2.1 Pengertian Harga.....	12
2.2.2 Indikator Harga	13
2.3 Promosi	14
2.3.1 Pengertian Promosi	14

2.3.2 Indikator Promosi.....	15
2.4 Gaya Hidup	16
2.4.1 Pengertian Gaya Hidup	16
2.4.2 Indikator Gaya Hidup	17
2.5 Keputusan Pembelian	18
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.6 Penelitian Terdahulu	19
2.7 Kerangka Pemikiran	29
2.8 Hipotesis Penelitian	29
2.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.7.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.7.4 Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Tahapan Penelitian	34
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3.1 Variabel <i>Independent</i> (X1, X2, X3).....	36
3.3.2 Variabel <i>Dependent</i> (Y)	37
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	38
3.4.1 Waktu Penelitian	38
3.4.2Tempat Penelitian	38
3.5 Metode Pengambilan Sampel dan Populasi	39
3.5.1 Populasi Penelitian	39
3.5.2 Sampel Penelitian.....	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6.1 Kuesioner.....	40
3.7 Jenis dan Sumber Data.....	41

3.7.1 Data Primer	41
3.7.2 Data Sekunder	42
3.8 Metode Analisis Data	42
3.8.1 Uji Validitas	42
3.8.2 Uji Reliabilitas	42
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.9 Pengujian Hipotesis	46
3.9.1 Uji Kelayakan Simultan (Uji F)	46
3.9.2 Uji Parsial (Uji T)	47
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	48
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan	49
4.1.2 Lokasi Perusahaan	50
4.1.3 Visi	50
4.1.4 Misi	50
4.2 Deskripsi Data	51
4.3 Hasil Penelitian	51
4.3.1 Identitas Responden	52
4.4 Hasil Analisis Data	54
4.4.1 Uji Validitas	54
4.4.2 Uji Reliabilitas	56
4.5 Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1 Normalitas	56
4.5.2 Uji Multikolinearitas	58
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.7 Uji Hipotesis	61

4.7.1 Uji T (Parsial)	61
4.7.2 Uji F (Simultan)	63
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (r^2)	64
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V	75
PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	80



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Vape Di Dunia.....	2
Gambar 1.2 Harga pada HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri.....	4
Gambar 1.3 Promosi pada HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Diagram Usia Responden.....	52
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme Skripsi.....	86
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi.....	88
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 5 Hasil Analisis Data Kuesioner.....	109
Lampiran 6 Buku Bimbingan Skripsi.....	138
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	141

