

**PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN, *BRAND IMAGE*,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU AEROSTREET
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh:

RIDHO RIYANTO

202110325184



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Konsumen *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Aerostreet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Ridho Riyanto

Nomor Pokok : 202110325184

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2025

Jakarta, 25 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN: 0325057908

Dosen Pembimbing II



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.

NIDN: 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Konsumen *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Aerostreet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Ridho Riyanto

Nomor Pokok : 202110325184

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2025

Jakarta, 25 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Milda Handayani, S.E., M.M.

NIDN. 0330087504

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Widi Winarso, S.E., M.M.

NIDN. 0319067606

Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN. 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ridho Riyanto
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325184
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 20 April 2003
Alamat : Mangun Jaya Indah 1, RT 007 RW 011,
Tambun Selatan, Kelurahan Mangun Jaya,
Bekasi 17510.

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Aerostreet (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini sepenuhnya adalah hasil karya saya sendiri serta tidak mengandung materi dari penulis lain kecuali untuk kutipan yang sudah dicantumkan dengan jelas sesuai pedoman penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini 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 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Ridho Riyanto

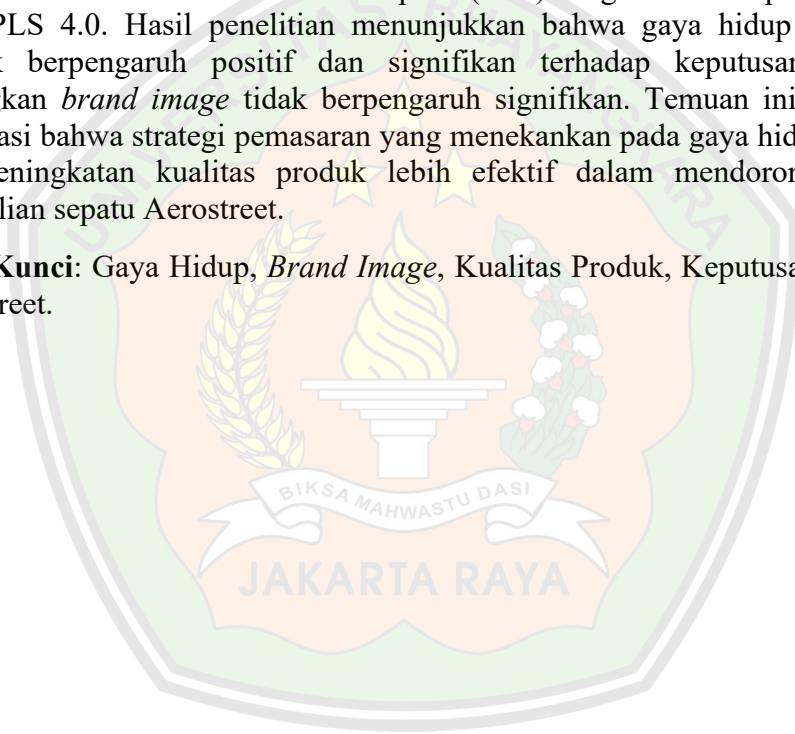
NPM 202110325184

ABSTRAK

Ridho Riyanto. 202110325184. Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Aerostreet.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumen, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Aerostreet, dengan studi kasus pada mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 171 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *brand image* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa strategi pemasaran yang menekankan pada gaya hidup konsumen dan peningkatan kualitas produk lebih efektif dalam mendorong keputusan pembelian sepatu Aerostreet.

Kata Kunci: Gaya Hidup, *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Aerostreet.



ABSTRACT

Ridho Riyanto. 202110325184. *The Influence of Consumer Lifestyle, Brand Image, and Product Quality on Purchasing Decisions for Aerostreet Shoes.*

This study aims to analyze the influence of consumer lifestyle, brand image, and product quality on purchasing decisions for Aerostreet shoes, using a case study of students from the 2021 cohort of the Management Study Program at Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. A quantitative research approach was employed, with data collected through questionnaires using purposive sampling. The study involved 171 respondents. Data analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) method with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The results show that consumer lifestyle and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, while brand image has no significant effect. These findings suggest that marketing strategies focusing on consumer lifestyle and improving product quality are more effective in influencing purchasing decisions for Aerostreet shoes.

Keywords: *Lifestyle, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision, Aerostreet.*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Aerostreet (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., 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 Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya di kampus selama ini. Semoga ibu dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.

5. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
6. Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
7. Teruntuk Ibu tercinta Sri Untari yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Naufaly, Reffy, Fido, dan Ananda Sefita yang telah memberikan *support* kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampaianya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 30 Juni 2025

Penulis



Ridho Riyanto

NPM 202110325184

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2 Faktor Perilaku Konsumen.....	12
2.2 Keputusan Pembelian	14
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	14
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.3 Gaya Hidup.....	17
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	17
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	18
2.3.3 Indikator Gaya Hidup.....	21
2.4 <i>Brand Image</i>	22
2.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	22
2.4.2 Dimensi-dimensi <i>Brand Image</i>	22
2.4.3 Indikator <i>Brand Image</i>	24

2.5	Kualitas Produk	25
2.5.1	Pengertian Kualitas Produk.....	25
2.5.2	Indikator Kualitas Produk	26
2.6	Penelitian Terdahulu.....	27
2.7	Kerangka Konseptual	31
2.8	Hipotesis Penelitian	31
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Jenis dan Data Sumber	37
3.3.1	Data Primer	37
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	37
3.4.1	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.4.2	Skala Pengukuran.....	39
3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	40
3.5.1	Metode Analisis Data.....	40
3.5.2	Tahapan Analisis PLS.....	41
3.5.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
3.6	Hipotesis Statistik.....	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.1	Profil Aerostreet.....	45
4.1.2	Visi dan Misi.....	45
4.2	Deskripsi Data	46
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Deskripsi Responden....	46
4.2.2	Identitas Responden	47
4.3	Hasil Analisis Data	50
4.3.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	50
4.3.2	<i>Convergent Validity</i> (Validasi Koenvergen).....	50
4.3.3	<i>Discriminant validity</i> (Validasi Diskriminan).....	53
4.3.4	Uji Reliabilitas	56
4.3.5	Hasil Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	57

4.3.6	Hasil Analisis Pengujian Hipotesis	59
4.4	Hasil Pembahasan.....	62
4.4.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.4.4	Pengaruh Gaya Hidup <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
	BAB V PENUTUP.....	65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Keterbatasan Masalah.....	66
5.3	Saran	66
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Menurut Sektor (Kuarta II 2022).....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4. 1 Logo Aerostreet.....	45
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar 4. 3 Diagram Berdasarkan Usia	48
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	49
Gambar 4. 5 <i>Outer Model</i>	50
Gambar 4. 6 Grafik <i>Average Variance Extracted</i>	55
Gambar 4. 7 <i>Inner Model</i>	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Faktor Pertimbangan Konsumen Indonesia dalam Memilih Sepatu.....	3
Tabel 1. 2 Merek Sepatu Lokal Paling Populer Menurut Survei surV (2023).....	4
Tabel 1. 3 Pra-Survey Pengguna Sepatu Aerostreet	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	38
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert.....	40
Tabel 4. 1 Ciri-ciri Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Ciri-ciri Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Bearapa Kali Membeli Produk.....	49
Tabel 4. 4 Hasil <i>Outer Loading</i> Gaya Hidup	51
Tabel 4. 5 Hasil <i>Outer Loading Brand Image</i>	52
Tabel 4. 6 Hasil <i>Outer Loading</i> Kualitas Produk.....	52
Tabel 4. 7 Hasil <i>Outer Loading</i> Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4. 8 Hasil Cross Loading.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	55
Tabel 4. 10 Construct Reliability and Validity	56
Tabel 4. 11 Nilai R-square	58
Tabel 4. 12 Nilai Q-square.....	58
Tabel 4. 13 Nilai F-square	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik T	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Penelitian	74
Lampiran 2: Surat Balasan Penelitian	75
Lampiran 3: Uji Plagiarisme	76
Lampiran 4: Uji Referensi	80
Lampiran 5: Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 6: Tabulasi Data.....	91
Lampiran 7: Kartu Bimbingan	111
Lampiran 8: Hasil Uji SmartPLS 4.0 (2025)	114
Lampiran 9: Daftar Riwayat Hidup	118

