

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE X
(STUDI KASUS PENGGUNA APPLE IPHONE
DI JAKARTA BARAT)**

SKRIPSI



Nama : Muhamad Rifky

NIM : 43118010355

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE X
(STUDI KASUS PENGGUNA APPLE IPHONE DI JAKARTA
BARAT)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Rifky
NIM : 43118010355
Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (menjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 6 Oktober 2022


C8EB4AKX008544264
Muhamad Kirky
NIM: 43118010355

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Rifky
NIM : 43118010355
Program Studi : S-1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone X (Studi Kasus Pengguna Apple Iphone Di Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 6 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCUBUANA
Abdul Gani, SE.,MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10221662



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone X (Studi Kasus Pengguna Apple iPhone Di Jakarta Barat)”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Abdul Gani, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta material sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. DR. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sony Indrajaya, MM Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
5. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Teman-teman rumah dan teman-teman dalam grup WA manajemen kondusif yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 6 Oktober 2022



Muhamad Rifky

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Pemasaran.....	11
a. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Manajemen Pemasaran.....	11
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
3. Keputusan Pembelian	12
a. Pengertian Keputusan Pembelian	12
b. Tahapan Keputusan Pembelian	13
c. Dimensi Keputusan Pembelian	15
d. Indikator Keputusan Pembelian	16
4. Citra Merek.....	16
a. Pengertian Citra Merek	16
b. Manfaat Citra Merek	17

c.	Dimensi Citra Merek	18
d.	Indikator Citra Merek	19
5.	Persepsi Harga	19
a.	Pengertian Persepsi Harga	19
b.	Peranan Harga	20
c.	Tujuan Penetapan Harga	22
d.	Dimensi Persepsi Harga	22
e.	Indikator Persepsi Harga	23
6.	Gaya Hidup	23
a.	Pengertian Gaya Hidup	23
b.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	24
c.	Dimensi Gaya Hidup	25
d.	Indikator Gaya Hidup	25
7.	Penelitian Terdahulu	26
B.	Pengembangan Hipotesis	34
1.	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.	Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	35
3.	Hubungan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	35
BAB III	METODE PENELITIAN	37
A.	Waktu dan Objek Penelitian	37
B.	Desain Penelitian	37
C.	Definisi dan Operasional Variabel	38
1.	Definisi Variabel	38
2.	Operasional Variabel	40
D.	Skala Pengukuran	43
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	44
1.	Populasi	44
2.	Sampel	44
F.	Teknik Pengumpulan Data	46
G.	Metode Analisis Data	47
1.	Analisis Deskriptif	47

2. Uji Instrumen.....	48
3. Uji Asumsi Klasik	49
4. Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	57
1. Hasil Analisis Deskriptif Responden.....	57
2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	61
C. Hasil Analisis Data.....	69
1. Uji Instrumen.....	69
2. Uji Asumsi Klasik	73
3. Uji Hipotesis	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian	82
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	83
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Smartphone operating System Market Share	4
1.2	Penjualan Smartphone Global	5
1.3	Pra-Survey Penelitian	8
2.1	Penelitian Terdahulu	26
3.1	Operasional Variabel Kinerja Karyawan	40
3.2	Model Skala Likert	43
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	57
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan	59
4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Pengguna Smartphone Iphone X	60
4.6	Hasil Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	61
4.7	Hasil Uji Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	63
4.8	Hasil Uji Deskriptif Variabel Gaya Hidup	64
4.9	Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	66
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	68
4.11	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	69
4.12	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	70
4.13	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	70
4.14	Hasil Uji Reliabilitas	71
4.15	Hasil Uji Normalitas	72
4.16	Hasil Uji Multikolinearitas	73
4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
4.18	Hasil Regresi Linear Berganda	75
4.19	Hasil Uji F.....	77
4.20	Hasil Uji T.....	78
4.21	Hasil Uji Koefisien Determinan <i>R-Square (R2)</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Tahapan Proses Keputusan Pembelian	13
2.2	Kerangka Konseptual	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Pengisian Kuesioner	94
2	Kuesioner	95
3	Tabulasi Data 185 Responden	103
4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	123
5	Hasil Uji Asumsi Klasik	128
6	Hasil Uji Regresi Berganda	130

