

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE, DAN*  
*CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MITSUBISHI XPANDER**

**SKRIPSI**



NIM : 43117010328

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2023**

**“PENGARUH *PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE, DAN*  
*CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MITSUBISHIXPANDER”  
(Studi Kasus Terhadap Kalangan Masyarakat 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**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Nama : M. Oka Primadani

NIM : 43117010328

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Oka Primadani

Nim : 43117010328

Program Studi : S1 Manajemen

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 tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, Agustus 2023  
MERCU BUANA



M. Oka Primadani

Nim: 43117010328

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M. Oka Primadani  
NIM : 43117010328  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE DAN  
CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN  
MITSUBISHI XPANDER  
Tanggal Sidang : 9 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 09232921



Please Scan QRCode to  
Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander. 2) pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander. 3) pengaruh *Content Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan sampelnya berjumlah 115 yang membeli Mitsubishi Xpander, menggunakan *purposive sampling* dan data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) melalui *software* IBM SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander. *Lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander. *Content Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander.

Kata Kunci : *Product Quality*, *Lifestyle*, *Content Marketing* dan Keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine (1) the effect of Product Quality on Mitsubishi Xpander Purchase Decisions. 2) the influence of Lifestyle on Mitsubishi Xpander Purchase Decisions. 3) the effect of Content Marketing on Mitsubishi Xpander Purchase Decisions. This study used a quantitative method and a sample of 115 bought a Mitsubishi Xpander, used purposive sampling and the data obtained was analyzed using multiple linear regression analysis techniques using SPSS software (Statistical Package for the Social Sciences) through IBM SPSS 29 software. The results of this study show that the Product Quality test has a positive and significant effect on the Mitsubishi Xpander Purchase Decision. Lifestyle has no significant effect on the Mitsubishi Xpander Purchase Decision. Content Marketing has no significant effect on Mitsubishi Xpander Purchase Decisions.*

*Keywords: Product Quality, Lifestyle, Marketing Content and Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat di dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul yang dipilih penulis adalah **“PENGARUH *PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE, DAN CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MITSUBISHI XPANDER.**

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Ibu Febrina Mahliza SE, M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Skripsi ini dari awal hingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr, Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurl Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dr. Muhyarsyah, SE, M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana dan Dosen Penguji 2.
5. Bapak Eri Marlapa, SE, MM. selaku Sekretaris Prodi S1 Manajemen.
6. Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE, M.Si. selaku Sekretaris 2 Prodi S1 Manajemen dan Dosen Penguji 1.
7. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, yang selalu mendoakan saya serta selalu memotivasi saya untuk mengerjakan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 9 September 2023

M. Oka Primadani



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	12
C. TUJUAN PENELITIAN .....	12
D. KONTRIBUSI PENELITIAN .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. KAJIAN PUSTAKA.....	14
1. Keputusan Pembelian .....	14
2. Kualitas Produk.....	17
3. Gaya Hidup .....	19
4. Konten <i>Marketing</i> .....	20
5. Penelitian Terdahulu .....	21
B. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	33
1. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	34
3. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	35
C. KERANGKA PEMIKIRAN .....	36
1. Keterangan .....	37
2. Hipotesis .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN.....	38
B. DESAIN PENELITIAN .....	38
C. DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL .....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Definisi Operasional Variabel .....	41

D. SKALA PENGUKURAN .....	43
E. POPULASI DAN SAMPEL.....	43
1. Populasi Penelitian.....	43
2. Sampel Penelitian .....	44
F. METODE PENGUMPULAN DATA.....	45
G. METODE ANALISIS.....	46
1. Statistik Deskriptif .....	46
2. Uji Instrumen .....	47
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	54
1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	56
2. Karakteristik Responden .....	56
B. STATISTIK DESKRIPTIF .....	60
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	60
C. HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN.....	64
1. Uji Validitas .....	64
2. Uji Reliabilitas .....	67
D. ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA .....	68
1. Uji Asumsi Klasik .....	68
2. Hasil Uji Multikolinieritas .....	70
3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	71
4. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
5. Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t) .....	74
6. Hasil Uji F.....	76
7. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda .....	76
E. HASIL PENELITIAN.....	78
a. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	78
b. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	80
c. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	81
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
A. SIMPULAN .....	83
B. SARAN .....	84
1. Saran Praktis.....	84
2. Saran Akademis.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan LMPV.....	3
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survei .....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Instrument Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Product Quality</i> .....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Lifestyle</i> .....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Content Marketing</i> .....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i> .....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Lifestyle</i> .....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Content Marketing</i> .....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.12 Hasil Kolmogorov Smirnov Test.....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t) .....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji F ANOVA .....	76
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Konseptual .....	36
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	69
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	72

