

**PENGARUH PENDAPATAN, IKLAN, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE LEMONILO
DI KAWASAN DORMITORY BATAMINDO KOTA
BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Iin Sholihah

190910256

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PENGARUH PENDAPATAN, IKLAN, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE LEMONILO
DI KAWASAN DORMITORY BATAMINDO KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Iin Sholihah

190910256

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Iin Sholihah

NPM : 190910256

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul:

PENGARUH PENDAPATAN, IKLAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE LEMONILI DI KAWASAN DORMITORY BATAMINDO KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 26 Januari 2023



Iin Sholihah

190910256

**PENGARUH PENDAPATAN, IKLAN, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE LEMONILO
DI KAWASAN DORMITORY BATAMINDO KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**


Oleh

Iin Sholihah

190910256

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 26 Januari 2023



Heryenzus, S.Kom., M.Si.

Pembimbing



ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi mendorong produsen untuk menciptakan produk mie instan dengan berbagai inovasi baru mengikuti tren dan kebutuhan yang sedang berkembang di masyarakat. Salah satu produk mie instan baru yang sedang berkembang di masyarakat yaitu produk mie lemonilo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, iklan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian mie lemonilo di Kawasan Dormitory Batamindo Kota Batam. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesiner kepada 188 responden. Analisis data menggunakan Analisis regresi Linier Berganda, koefisien determinasi, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 25. Berdasarkan uji hipotesis uji t, variabel pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $0,625 < t$ tabel $1,97294$. Variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $5,372 > t$ tabel $1,97294$. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $16,246 > t$ tabel $1,97294$. Berdasarkan uji f nilai signifikansi dari variabel bebas sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $154,937 > F$ tabel $2,65$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel iklan dan gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel pendapatan, iklan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: pendapatan, iklan, gaya hidup, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

The development of the technology encourages the producers to create the product of instant noodle with the new variety following trends and needs that developing in society. The new product of instant noodle that is developing in the society is Lemonilo. This study aims to determine the effect of income, advertising, and lifestyle on purchasing decisions for lemonilo noodles in the Batamindo Dormitory Area, Batam City. This research uses quantitative methods. Primary data collection was carried out by distributing questionnaires to 188 respondents. Data analysis used Multiple Linear Regression Analysis, coefficient of determination, classic assumption test, and hypothesis testing with the help of the SPSS 25 program. Based on the hypothesis test, the income variable has a negative and insignificant effect on purchasing decisions with a t count of $0.625 < t$ table of 1.97294 . The advertising variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t count of $5.372 > t$ table of 1.97294 . Lifestyle variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with a t count of $16.246 > t$ table of 1.97294 . Based on the f test the significance value of the independent variable is $0.000 < 0.05$ and the calculated F value is $154.937 > F$ table 2.65 . This it can be concluded that the income variable has no effect on purchasing decisions, while advertising and lifestyle variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. income, advertising, and lifestyle have a effect on purchasing decisions.

Keywords: *income, advertising, lifestyle, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang elah memberi segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.;
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.;
3. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
5. Orang tua dan Keluarga yang selalu berdoa dan memberikan dukungan penuh kepada peneliti;
6. Iba Yusufi, suami saya yang telah memberikan dukungan penuh kepada peneliti selama menempuh perkuliahan dari awal sampai akhir;
7. Masyarakat Dormitory Mukakuning Batamindo Kota Batam yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini;

Pada kenyataannya, walaupun telah beusaha dengan kesungguhan hati dan segenap kemampuan, namun masih banyak ditemukan kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen dan khususnya bagi praktisi maupun masyarakat. Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Batam, 26 Januari 2023



Lin Sholihah



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah	11
1.3.Batasan Masalah.....	12
1.4.Rumusan Masalah	13
1.5.Tujuan Penelitian	13
1.6.Manfaat Penelitian	14
1.6.1.Manfaat Teoritis	14
1.6.2.Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1.Teoris Dasar.....	16
2.1.1.Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.1.Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.2.Indikator Keputusan Pembelian	17
2.1.1.3.Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	19
2.1.1.4.Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	20
2.1.2.Pendapatan	21
2.1.2.1.Pengertian Pendapatan	21
2.1.2.2.Indikator Pendapatan.....	22
2.1.2.3.Penggolongan Pendapatan	23

2.1.3.Iklan	24
2.1.3.1.Pengertian Iklan	24
2.1.3.2.Indikator Iklan.....	25
2.1.3.3.Dimensi Iklan.....	26
2.1.3.4.Strategi Dalam Periklanan.....	27
2.1.4.Gaya Hidup	27
2.1.4.1.Pengertian Gaya Hidup	27
2.1.4.2.Indikator Gaya Hidup.....	28
2.1.4.3.Karakteristik Gaya Hidup	29
2.1.4.4.Faktor Gaya Hidup.....	31
2.2.Penelitian Terdahulu	32
2.3.Kerangka Pemikiran.....	36
2.4.Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1.Desain Penelitian.....	38
3.2.Sifat Penelitian	39
3.3.Lokasi Dan Periode Penelitian.....	39
3.3.1.Lokasi Penelitian.....	39
3.3.2.Periode Penelitian.....	39
3.4.Populasi dan Sampel	40
3.4.1.Populasi	40
3.4.2.Sampel	41
3.4.3.Teknik <i>Sampling</i>	41
3.5.Sumber Data.....	42
3.6.Metode Pengumpulan Data	42
3.7.Operasional Variabel Penelitian.....	44
3.7.1.Variabel Bebas	45
3.7.2.Variabel Terikat	45
3.8.Metode Analisis Data.....	47
3.8.1.Analisis Deskriptif	47
3.8.2.Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.8.3.Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan (ΔR^2)	48

3.9.Uji Kualitas Data.....	49
3.9.1.Uji Validasi	49
3.9.2.Uji Realibilitas	50
3.9.3.Uji Asumsi Klasik.....	51
3.9.3.1.Uji Normalitas.....	51
3.9.3.2.Uji Multikolinearitas	51
3.9.3.3.Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.10.Uji Hipotesis	52
3.10.1.Uji Parsial (Uji T).....	52
3.10.2.Uji Simultan (Uji F)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2.Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
4.2.1.Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	55
4.2.2.Karakteristik Responden Menurut Usia	56
4.2.3.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.2.4.Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.2.5.Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulan	59
4.3.Deskripsi Jawaban Responden.....	60
4.3.1.Variabel X1	60
4.3.2.Variabel X2	61
4.3.3.Variabel X3	62
4.3.4.Variabel Y	64
4.4.Analisis Data	65
4.4.1.Uji validitas dan Reabilitas Instrumen	65
4.4.1.1.Hasil Uji Validitas.....	65
4.4.1.2.Hasil Uji Realibilitas Instrumen.....	67
4.4.2.Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.4.2.1.Hasil Uji Normalitas	68
4.4.2.2.Hasil Uji Multikolinieritas	69
4.4.2.3.Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70
4.4.3.Analisis Regresi Linier Berganda	71

4.4.4.Koefisien Determinasi.....	73
4.5.Pengujian Hipotesis.....	74
4.5.1.Hasil Uji T.....	74
4.5.2.Uji F	76
4.6.Pembahasan.....	77
4.6.1.Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo di Kawasan Dormitory Batamindo Kota Batam	77
4.6.2.Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo Di Kawasan Dormitory Batamindo Kota Batam	77
4.6.3.Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo Di Kawasan Dormitory Batamindo Kota Batam	78
4.6.4.Pengaruh Pendapatan, Iklan, dan Gaya Hidup Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo di Kawasan Dormitory Batamindo Kota Batam.....	78
4.7.Implikasi Hasil Penelitian	79
4.7.1.Implikasi Teoritis	79
4.7.2.Implikasi Praktis	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1.Simpulan	80
5.2.Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	82
Lampiran1. Pendukung Penelitian	82
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	124
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot Regression Standardized Residual ..	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Konsumsi Mie Instan Kepulauan Riau 2021-2022.....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Mie Instan Di Kawasan Dormitory Batamindo Kota Batam Periode Agustus 2022.....	6
Tabel 1.3 Tingkat Pendapatan Masyarakat Kawasan Dormitory Batamindo	7
Tabel 1.4 Iklan Produk Mie Instan Di Kawasan Dormitory Batamindo.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Janis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulan	59
Tabel 4.6 Hasil Pernyataan Indikator Pendapatan.....	60
Tabel 4.7 Hasil Pernyataan Indikator Iklan.....	61
Tabel 4.8 Hasil Pernyataan Indikator Gaya Hidup.....	62
Tabel 4.9 Hasil Pernyataan Indikator Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Instrumen.....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.17 Hasil Uji T	74
Tabel 4.18 Hasil Uji F	76

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	41
Rumus 3.2 Regresi Berganda.....	48