

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK  
TEMAN SEBAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
CONVERSE PADA PELAJAR SMK DIKOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Mersi  
190910244**

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK  
TEMAN SEBAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
CONVERSE PADA PELAJAR SMK DIKOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat**

**memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:**

**Mersi**

**190910244**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Mersi  
NPM : 190910244  
Falkutas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup Dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Pelajar SMK di BATAM**

Adanya hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain dan di sebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini terbukti terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini di gugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh di batalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 4 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan

**Mersi**

**190910244**

**PENGARUH BRAND IMAGE, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK  
TEMAN SEBAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
CONVERSE PADA PELAJAR SMK DI BATAM  
SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh  
Mersi  
190910244**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 2 Agustus 2023**



**Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.**

**Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## **ABSTRAK**

Banyak variabel, seperti citra merek, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya, memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sepatu kets Converse dan sepatu musiman. Tujuan riset ini ialah menilai peran citra merek, gaya hidup, dan pengaruh sosial pada kebiasaan membeli sepatu siswa SMK Kartini Batam. Sebanyak 120 siswa SMK Kartini Kota Batam mengisi kuesioner untuk mendapatkan data penelitian ini yang merupakan penelitian kuantitatif. Untuk memverifikasi kebenaran dugaan akhir yang dibuat selama analisis ini. Dampak diperiksa menggunakan uji F dan uji T. Hasil uji tiap variabel independen berdampak pada keputusan pembelian dan semua faktor independen berdampak pada keputusan pembelian secara kolektif.

**Kata kunci: Brand Image; Gaya Hidup; Kelompok Teman Sebaya; Keputusan Pembelian.**

## ABSTRACT

*A multitude of variables, such as brand image, lifestyle, and peer groups, affect consumers' decisions to buy Converse sneakers and seasonal shoes. The goal of this research was to examine the role of brand image, life style and social influence on the shoe buying habits of SMK Kartini Batam students. A total of 120 students from SMK Kartini in Batam City filled out questionnaires to obtain data for this study, which is a quantitative study. In order to verify the correctness of the final conjecture made through out this analysis. The impact was examined using F and T test. The results demonstrate that each independent variable has an effect on the purchasing decision, and that all of the independent factors have an effect on the purchasing decision collectively.*

***Keywords: Brand Image; Lifestyle; Peer Group; Purchase Decision.***

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan hormat penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan dan penulisan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. yang menjabat sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI. yang menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial Humaniora , Universitas Putera Batam;
4. Bapak Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam yang telah membimbing dan memberikan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini;
5. Kepada semua para dosen dan staff karyawan Universitas Putera Batam yang telah membagi ilmu pengetahuan;
6. Keluarga, Orang tua dan teman-teman yang telah berjasa dan selalu setia memberikan dukungan serta doa yang selalu di panjatkan, serta kasih sayang dan amanat.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu menurunkan rahmat hidayat serta taufik-Nya, amiiin.

Batam, 2 Agustus 2023



**Mersi**

190910224





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR RUMUS.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 RumusanMasalah.....	6
1.5 TujuanPenelitian .....	7
1.6 Manfaat penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat teoritis .....	7
1.6.2 Manfaat praktis .....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Teori .....	10
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> / Indikator <i>Brand Image</i> . .....	11
2.1.2 Gaya Hidup .....	12
2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup .....	12
2.1.2.2 Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup .....	13
2.1.3 Kelompok Teman Sebaya.....	14
2.1.3.1 Pengertian Kelompok Teman Sebaya.....	14
2.1.3.2 Indikator Kelompok Teman Sebaya .....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	15
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
2.1.4.2 Indikator Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Berfikir .....	19
2.4 Hipotesis Penelitian .....	20

<b>BAB III .....</b>	<b>22</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Sifat Penelitian.....	22
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	23
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	23
3.3.2 Periode Penelitian .....	23
3.4 Populasi Dan Sampel .....	23
3.4.1 Populasi.....	23
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel .....	24
3.4.3 Teknik Sampel .....	24
3.5 Sumber Data .....	25
3.5.1 Data Primer .....	25
3.5.2 Data Sekunder.....	25
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.6.1 Instrumen Penelitian .....	25
3.6.2 Skala Pengukuran Data .....	25
3.7 Variabel Operasional .....	26
3.8 Metode Analisa Data .....	27
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	28
3.8.2 Uji Kualitas Data .....	29
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.4 Uji Pengaruh .....	31
3.9 Uji Hipotesis .....	32
3.9.1 Uji T (Uji Parsial) .....	32
3.9.4 Uji F (Uji Serempak) .....	32
<b>BAB IV.....</b>	<b>36</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	36
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	34
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	37
4.3.3 Deskriptif Kelompok Teman Sebaya ( $X_3$ ) .....	39
4.4 Analisis Data.....	40
4.4.1 Uji Kualitas Data .....	40
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.5 Pengujian Hipotesis .....	48
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
4.5.3 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	49
4.5.4 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	50
4.6 Pembahasan .....	51
4.6.1 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6.2 Gaya Hidup Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6.3 Kelompok Teman Sebaya Berpengaruh Signifikan Terhadap	

Keputusan Pembelian .....	51
4.6.4 <i>Brand Image</i> , Gaya Hidup dan Kelompok Teman Sebaya Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	52
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	60
<b>BAB V .....</b>	<b>60</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1 Simpulan .....	60
5.2 Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN 1</b>	
<b>PENDUKUNG PENELITIAN</b>	
<b>LAMPIRAN 2</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN 3</b>	
<b>SURAT IZIN PENELITIAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data <i>top brands</i> 2017-2022 .....	5
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berfikir .....	20
<b>Gambar 4. 1</b> Grafik Histogram .....	44
<b>Gambar 4. 2</b> Grafik P-P Plot.....	44
<b>Gambar 4. 3</b> Grafik Plot ( <i>Scatter Plot</i> ).....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga Jual Sepatu Converse.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	23
Tabel 3. 2 Skala Linkert .....	26
Tabel 3. 3 Variabel Operasional.....	27
Tabel 3. 4 Rentang Nilai.....	28
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Kelas .....	36
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	36
Tabel 4. 6 Rentang Nilai.....	37
Tabel 4. 7 Deskriptif <i>Brand Image</i> ( $X_1$ ).....	37
Tabel 4. 8 Deskriptif Gaya Hidup ( $X_2$ ) .....	38
Tabel 4. 9 Deskriptif Kelompok Teman Sebaya ( $X_3$ ) .....	39
Tabel 4. 10 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	40
Tabel 4. 11 Uji <i>Brand Image</i> ( $X_1$ ) .....	41
Tabel 4. 12 Uji Validitas Gaya Hidup ( $X_2$ ).....	41
Tabel 4. 13 Uji Validitas Kelompok Teman Sebaya ( $X_3$ ) .....	42
Tabel 4. 14 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	42
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 16 Uji Kolmogorof-Smirnov .....	45
Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas .....	46
Tabel 4. 18 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4. 19 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
Tabel 4. 20 Uji T .....	49
Tabel 4. 21 Uji f .....	50

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rentang skala .....	28
<b>Rumus 3. 2</b> Rumus Validitas .....	29
<b>Rumus 3. 3</b> Rumus Reabilitas .....	30
<b>Rumus 3. 4</b> Rumus Regresi Linear Berganda .....	31
<b>Rumus 3. 5</b> Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	32
<b>Rumus 3. 6</b> Uji T .....	32
<b>Rumus 3. 7</b> Uji F .....	32