

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS
PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Rismanto Sihombing

200910294

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS
PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Rismanto Sihombing
200910294**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rismanto Sihombing
NPM : 200910294
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI DI 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 gelar akademik 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, 15 Juli 2024



Rismanto Sihombing
200910294

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh

**Rismanto Sihombing
200910294**

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

Batam, 16 Januari 2024



**Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan teknologi handphone serta dampaknya terhadap masyarakat dan industri telekomunikasi. Handphone telah berevolusi dari alat komunikasi dasar menjadi perangkat multifungsi yang mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti hiburan, bisnis, dan pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa handphone tidak hanya mempengaruhi cara individu berkomunikasi tetapi juga mempengaruhi berbagai sektor industri, seperti e-commerce, kesehatan, dan pendidikan. Selain itu, peningkatan penggunaan handphone telah menyebabkan perubahan signifikan dalam perilaku sosial, dengan dampak positif seperti kemudahan akses informasi dan komunikasi, serta dampak negatif seperti ketergantungan dan penurunan interaksi sosial tatap muka, dari banyaknya yang harus dilirik sebuah industri untuk menciptakan handphone diantaranya dapat berupa Gaya hidup, kualitas produk dan *brand image*.peneliti menggunakan penelitian deskriptif melui pendekatan kuantitatif, kemudian hasil tersebut diberikan kepada 204 responden melalui media sosial dan dilakuan pada tahun 2024, Hasil data tersebut akan diolah menggunakan aplikasi SPSS vesi 26 dan kemudian diperoleh hasil bahwa gaya hidup, kualitas produk dan *brand image* memilki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian baik dilakukan secara terpisah dan bersamaan.

Kata kunci: Gaya Hidup; Kualitas Produk; *Brand Image*; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the development of mobile phone technology and its impact on society and the telecommunications industry. Mobile phones have evolved from basic communication tools into multifunctional devices that cover various aspects of daily life, such as entertainment, business and education. The research results show that cellphones not only influence the way individuals communicate but also influence various industrial sectors, such as e-commerce, health, and education. Apart from that, the increase in the use of mobile phones has caused significant changes in social behavior, with positive impacts such as ease of access to information and communication, as well as negative impacts such as dependence and a decrease in face-to-face social interaction. life, product quality and brand image. The researchers used descriptive research using a quantitative approach, then the results were given to 204 respondents via social media and carried out in 2024. The results of the data will be processed using the SPSS version 26 application and then the results obtained are lifestyle, Product quality and brand image have a positive relationship with purchasing decisions both separately and simultaneously.

Keywords: Lifestyle; Product quality; Brand Image; Buying decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat 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 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 bahawa 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. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Orangtua saya yang selalu mendukung dan mendoakan penulis;
8. Kakak dan abang yang selalu mendukung dan memberi semangat;
9. Teman-teman seperjuangan, serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Untuk diri sendiri, terimakasih telah bertahan sampai dititik ini meskipun banyak rintangan yang telah dilalui sebelumnya.

Semoga Tuhan Yang Maha esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 15 Juli 2024



Rismanto Sihombing



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Gaya Hidup	10
2.1.2. Kualitas Produk	14
2.1.3. <i>Brand Image</i>	17
2.1.4. Keputusan Pembelian	20
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Pemikiran	24
2.3.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.4. Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.4. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Sifat Penelitian	27
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian	27

3.3.1. Lokasi Penelitian	27
3.3.2. Periode Penelitian.....	28
3.4. Populasi dan Sampel	28
3.4.1. Populasi	28
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	28
3.4.3. Teknik Sampling	30
3.5. Sumber Data.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data	32
3.7. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	33
3.7.1. Variabel Independen (X).....	34
3.7.2. Variabel Dependen (Y)	34
3.8. Metode Analisa data.....	35
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	35
3.8.2. Uji Kualitas Data	36
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	39
3.8.4. Uji Pengaruh.....	42
3.9. Uji Hipotesis.....	43
3.9.1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	43
3.9.2. Uji hipotesis Secara Simultan (Uji f)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	46
4.2.1. Jenis Kelamin Responden	47
4.2.2. Umur Responden.....	47
4.3. Analisis Data	48
4.3.1. Analisis Deskriptif.....	48
4.4. Uji Kualitas Data	53
4.4.1. Hasil Uji Validitas	53
4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas	55
4.5. Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1. Hasil Uji Normalitas.....	56
4.5.2. Hasil Uji Multikolinearitas	59

4.5.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.6.	Hasil Uji Hipotesis	61
4.6.1.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.6.2.	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	63
4.6.3.	Hasil Uji Parsial (Uji T)	63
4.6.4.	Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	65
4.7.	Pembahasan	66
4.7.1.	Pengaruh Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.7.2.	Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.7.3.	Pengaruh Brand Image (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.7.4.	Pengaruh Gaya Hidup (X1), Kualitas Produk (X2), <i>Brand Image</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	67
4.8.	Implikasi Hasil Penelitian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		69
1.1.	Kesimpulan.....	69
1.2.	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		
Lampiran 1 Pendukung Penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pra Survey Gaya Hidup	2
Gambar 1. 2 <i>Top Brand Award Smartphone</i>	5
Gambar 1. 3 Komperasi Brand Smartphone.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. 1 Logo Xiaomi.....	46
Gambar 4. 2 Histogram dari Uji Normalitas	57
Gambar 4. 3 P-Plot Of Regression Standart.....	58
Gambar 4. 4 Uji Heterokedastisitas.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Komentar Kualitas Produk Smartphone Xiaomi.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	28
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert.....	32
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 4 Rentang Skala.....	36
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4. 2 Umur Responden.....	47
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	48
Tabel 4. 4 Rentang Skala.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Gaya Hidup.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Kualitas Produk	50
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Variabel Gaya Hidup	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Variabel <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Rliabilitas	55
Tabel 4. 14 Uji Kolmogorov Smirnov	59
Tabel 4. 15 Uji Multikolonieritas	60
Tabel 4. 16 Uji Analisis Linear Berganda	61
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4. 18 Uji t.....	64
Tabel 4. 19 Uji F.....	65

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Jacob Cohen.....	29
Rumus 3. 2 Rentang Skala	35
Rumus 3. 3 <i>Pearson Product Moment</i>	37
Rumus 3. 4 <i>Cronbach's Alpha</i>	38
Rumus 3. 5 Analisis Regresi Berganda.....	42