

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI SRC ALIANG**

**SKRIPSI**



Oleh:  
**Harianti Kustina**  
**170910108**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI SRC ALIANG**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Harianti Kustina  
170910108**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## **SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Harianti Kustina

NPM : 170910108

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SRC ALIANG**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan duplikasi dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam 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 dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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, 22 Januari 2021



**Harianti Kustina**  
170910108

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI SRC ALIANG**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Harianti Kustina  
170910108**

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

**Batam, 22 Januari 2021**



**Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M.  
Pembimbing**

## **ABSTRAK**

Kemudahan dalam memulai usaha membuat persaingan di bidang yang sama semakin ketat sehingga setiap perusahaan memiliki ciri khasnya masing-masing. Setiap perusahaan biasanya memiliki perbedaannya masing-masing yang menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Sikap selektif konsumen dalam membeli mendorong perusahaan untuk memberikan sesuatu yang terbaik sesuai dengan keinginan konsumen. Keputusan pembelian setiap orang berbeda-beda, tergantung masing-masing orang. itu tergantung pada apa yang mereka pedulikan dalam membeli produk. Ada sebagian orang yang lebih menyukai citra merek yang mereka anggap bagus dan kualitas layanan yang diberikan perusahaan memuaskan. Suatu keputusan pembelian juga tergantung dari gaya hidup konsumen itu sendiri karena mewakili sikap konsumen dalam menentukan keinginan dan kebutuhannya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di SRC ALIANG. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Dengan hasil yang diperoleh, dinyatakan bahwa gaya hidup, citra merek dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian di SRC ALIANG.

Kata kunci: Citra Merek; Gaya Hidup; Keputusan Pembelian; Kualitas Pelayanan.

### **ABSTRACT**

*the ease of starting a business makes competition in the same field tighter so that each company has its own characteristics. Each company usually has their own differences which are the determining factors in purchasing decisions. consumers' selective attitude in buying encourages companies to provide something that is best in accordance with consumer desires. Each person's purchasing decision is different, depending on each person. it depends on what they care about buying the product. There are some people who prefer a brand image that they consider good and the quality of the service provided by the company is satisfactory. A purchase decision also depends on the lifestyle of the consumer itself because it represents the attitude of consumers in determining their wants and needs. Therefore, the aim of this research is to prove whether there is an effect of lifestyle, brand image and service quality on purchasing decisions at SRC ALIANG. This type of research is descriptive research with quantitative methods. With the results obtained, it is stated that the lifestyle, brand image and service quality have partially and simultaneously influences purchasing decisions at SRC ALIANG.*

**Keywords:** *Brand Image; Life Style; Purchase Decision; Service Quality.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, 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 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. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik
6. Dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membantu mendidik kami dan mempermudah pembelajaran.
7. Bapak Aliang selaku pemilik SRC ALIANG yang memberikan penulis kesempatan untuk meneliti di tempatnya dan memberikan data kepada penulis
8. Kedua orang tua yang memberikan arahan, nasehat agar tidak gampang menyerah dan juga memberikan motivasi agar cepat mengerjakan skripsi ini dengan baik dan benar
9. Susandi selaku teman satu bimbingan di Universitas Putera Batam.
10. Agustino selaku senior yang membantu memberikan arahan pengerjaan skripsi ini.
11. Kristina Yuniasih selaku teman satu universitas di Universitas Putera Batam
12. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penyusunan skripsi.

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

Batam, 22 Januari 2021

Penulis (Harianti Kustina)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	10
1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.6.1 Aspek Teoritis .....	10
1.6.2 Aspek Praktis.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Teori Dasar .....	12
2.1.1 Gaya Hidup.....	12
2.1.2 Citra Merek.....	18
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	22
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Kerangka Berpikir .....	34



2.3.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4	Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Desain Penelitian.....	37
3.2	Operasional Variabel .....	37
3.2.1	Variabel Independen .....	38
3.2.2	Variabel dependen.....	39
3.3	Populasi dan Sampel .....	41
3.3.1	Populasi.....	41
3.3.2	Sampel .....	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5	Metode Analisis Data.....	42
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.5.2	Uji Kualitas Instrumen.....	43
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	45
3.5.4	Uji Pengaruh.....	46
3.5.5	Uji Hipotesis.....	47
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	49
3.6.1	Lokasi Penelitian .....	49
3.6.2	Waktu Penelitian .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Hasil Penelitian .....	50
4.1.1	Profil Responden .....	50
4.1.2	Analisis Deskriptif .....	52
4.1.3	Hasil Uji Kualitas Instrumen .....	55
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	58
4.1.5	Hasil Uji Pengaruh .....	61
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis.....	63

4.2	Pembahasan .....	65
4.2.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.2.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
4.2.4	Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	66

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran .....	68

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Pendukung Penelitian
- Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran ..... 35

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data Penjualan Januari – Juni 2020.....	4
<b>Tabel 1.2</b> Hasil Prasurvey Citra Merek SRC ALIANG .....	6
<b>Tabel 1.3</b> Hasil Prasurvey Kualitas Pelayanan di SRC ALIANG .....	7
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	31
<b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional Variabel.....	40
<b>Tabel 3.2</b> Rentang Skala.....	43
<b>Tabel 3.3</b> Waktu Penelitian .....	49
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Usia .....	51
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Analisis Deskriptif Gaya Hidup (X1) .....	52
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek (X2) .....	53
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X3) .....	54
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	54
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1) .....	55
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2) .....	56
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3) .....	56
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	57
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	58
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Normalitas .....	59
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Multikolinieritas .....	60
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	63
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji T .....	63
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji F .....	64

**DAFTAR RUMUS**

**Rumus 3.1** Analisis Regresi Linear Berganda ..... 46