

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU LOKAL VENTELA DI KALANGAN
MAHASISWA UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh :

AVIVA MAULUDIYAH

NPM : 2061201002818



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : AVIVA MAULUDIYAH
Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002818
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Ventela di Kalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 4 Juli 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I



(Vita Fibriyani, S. Si., M.Si)

Dosen Pembimbing II



(Dra. A. Ratna Pudyaningih, MM)



Dekan



(Dra. A. Ratna Pudyaningih, MM)

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah di uji dan dipertahankan di depan tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada tanggal 4 Juli 2024.

TIM PENGUJI

1. Dr. Eva Mufidah, S. AB.,MM

1. Ketua.....

2. Vita Fibriyani, S. Si., M.Si

2. Sekretaris.....

3. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

3. Anggota.....

Pengesahan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan



Dekan

Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AVIVA MAULUDIYAH

NPM : 2061201002818

Alamat Rumah : Desa Pacarkeling, Dusun Sromo Timur RT 01 RW 06
Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Ventela Dikalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan”

adalah hasil karya tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, thesis ataupun disertai.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 4 Juli 2024

Yang Membuat



AVIVA MAULUDIYAH

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : AVIVA MAULUDIYAH

Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002818

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 21 Juni 2001

Alamat : Desa Pacarkeling, Dusun Sromo Timur
RT 01 RW 06 Kecamatan Kejayan
Kabupaten Pasuruan

Nama Orang Tua

Ayah : MAS'UDI

Ibu : HANIFA

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Pacarkeling 2 Kejayan : Tahun 2008-2014
2. SMP Negeri 1 Wonorejo : Tahun 2014-2017
3. SMA Negeri 1 Kejayan : Tahun 2017-2020
4. Terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan tahun 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Ventela di Kalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan”**. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Merdeka Pasuruan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kesabaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu serta memberikan kelancaran dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Sulistyawati M.P. Selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Ibu Dra. A. Ratna Pudyaningih, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Vita Fibriyani, S. Si., M.Si Selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan saran serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Dr. Eva Mufidah, S. AB.,MM selaku dosen penguji yang telah menguji skripsi saya dan memotivasi selama proses perkuliahan.
6. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah mendampingi dan membantu selama proses perkuliahan.
7. Bapak Mas'udi dan Ibu Hanifa selaku orang tua tercinta saya yang senantiasa memberikan dukungan dan doa serta motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih untuk sahabat perjuangan selama perkuliahan dari semester 1 sampai 8 (Farah, Kuni, dan Elsa) yang senantiasa memberikan motivasi untuk selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk Mas Iskandar, terima kasih untuk dukungan, semangat, serta menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka dari awal perkuliahan hingga akhir proses penyusunan skripsi.
10. Kepada diri saya sendiri Aviva Mauludiyah karena telah mampu berusaha keras dan mampu bertahan sampai sejauh ini walaupun banyak rintangan yang dilalui.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Pasuruan, 4 Juli 2024



AVIVA MAULUDIYAH

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II : LANDASAN TEORI.....	9
A. Keputusan Pembelian.....	9
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .	10
3. Proses Keputusan Pembelian	11

4. Indikator Keputusan Pembelian	12
B. Gaya Hidup	13
1. Pengertian Gaya Hidup	13
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	14
3. Jenis-Jenis Gaya Hidup	16
4. Indikator Gaya Hidup.....	18
C. Citra Merek	19
1. Pengertian Citra Merek	19
2. Tujuan Merek	20
3. Manfaat Citra Merek	20
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	21
5. Indikator Citra Merek.....	22
D. Hubungan Antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat.....	23
1. Hubungan Gaya Hidup (X_1) dan Citra Merek (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y)	23
2. Hubungan Gaya Hidup (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y)	24
3. Hubungan Citra Merek (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y)	24
E. Penelitian Terdahulu.....	25
F. Kerangka Konseptual.....	29
G. Hipotesis.....	31
BAB III : METODE PENELITIAN	32
A. Desain Penelitian.....	32

B. Definisi Operasional Variabel.....	32
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	33
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	34
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	36
D. Lokasi Penelitian.....	36
E. Populasi dan Sampel.....	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	37
F. Jenis dan Sumber Data.....	39
1. Jenis Data.....	39
2. Sumber Data.....	40
G. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1. Wawancara.....	41
2. Kuesioner.....	41
3. Studi Pustaka.....	41
H. Teknik Pengolahan Data.....	42
1. <i>Editing</i>	42
2. <i>Coding</i> (Pengkodean).....	42
3. Tabulasi.....	43
4. Pemberian skor atau nilai.....	43
I. Teknik Analisis Data.....	43
1. Uji Instrumen Penelitian.....	43
a. Uji Validitas.....	43
b. Uji Reliabilitas.....	44

2. Analisis Deskriptif	44
3. Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas.....	47
b. Uji Non-Multikolinearitas.....	47
c. Uji Heteroskedastisitas.....	48
d. Uji Linearitas.....	48
e. Uji Non-Autokorelasi.....	49
4. Analisis Regresi Linear Berganda	49
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	50
6. Pengujian Hipotesis.....	50
a. Uji Simultan (Uji F)	50
b. Uji Parsial (Uji T).....	51
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Gambaran Objek Penelitian	52
2. Uji Instrumen Penelitian	56
a. Uji Validitas	56
b. Uji Reliabilitas	57
3. Deskripsi Data Penelitian.....	58
a. Deskriptif Karakteristik Responden.....	58
b. Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
4. Uji Asumsi Klasik	71
a. Uji Normalitas.....	71
b. Uji Non-Multikolinearitas.....	72

c. Uji Heteroskedastisitas.....	73
d. Uji Linearitas.....	74
e. Uji Non-Autokorelasi.....	75
5. Analisis Regresi Linier Berganda	76
6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	78
7. Pengujian Hipotesis.....	79
a. Uji Simultan (Uji F).....	79
b. Uji Parsial (Uji T).....	80
B. Pembahasan Hasil Penelitian	81
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

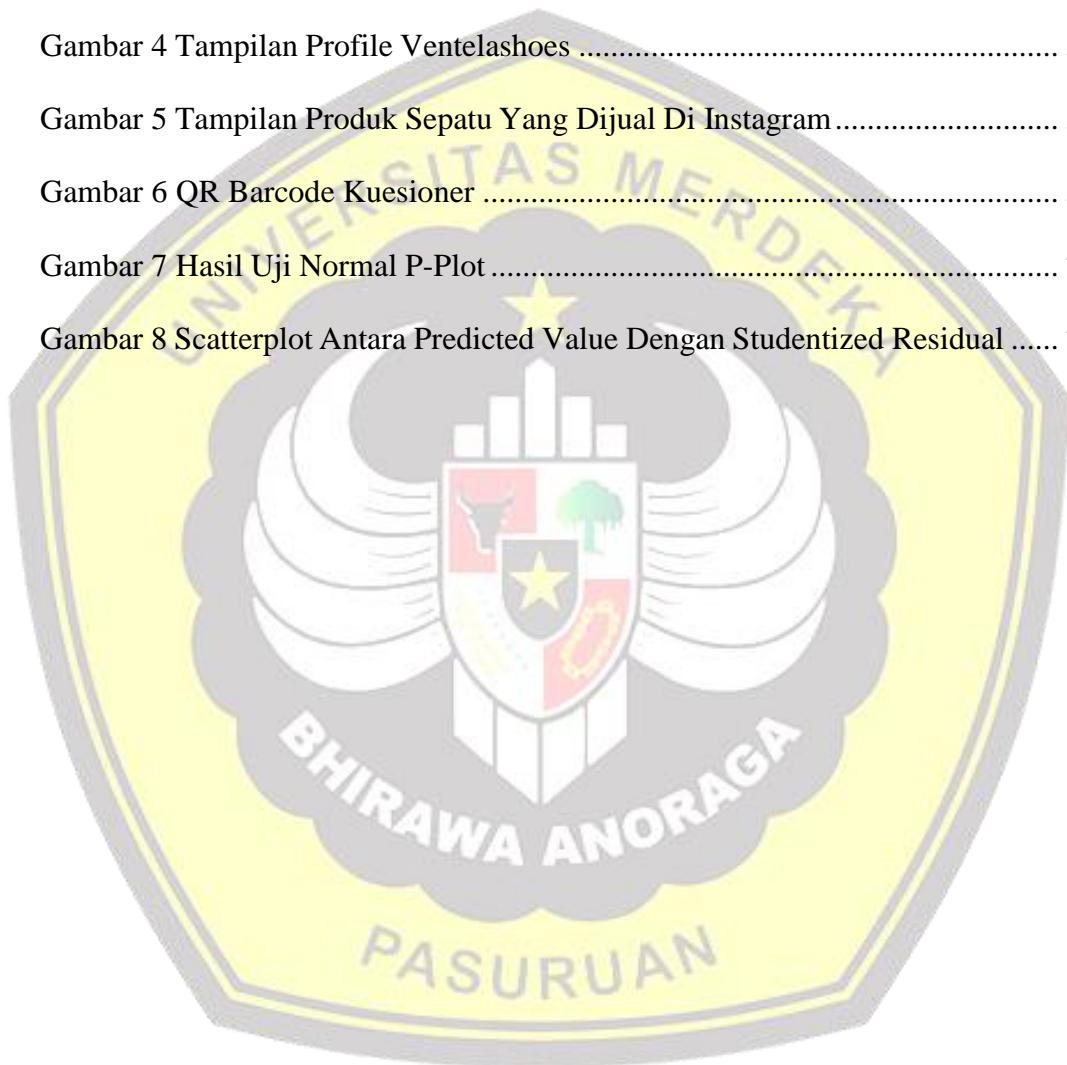


DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2 Keterangan Jawaban Responden.....	45
Tabel 3 Keterangan Nilai Interval.....	46
Tabel 4 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 6 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 7 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 8 Karakteristik Berdasarkan Program Studi.....	61
Tabel 9 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 10 Deskriptif Jawaban Gaya Hidup (X1).....	63
Tabel 11 Deskriptif Jawaban Citra Merek (X2).....	65
Tabel 12 Deskriptif Jawaban Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 13 Hasil Uji <i>Monte Carlo Sig (2-tailed)</i>	71
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 15 Hasil Uji Linearitas.....	75
Tabel 16 Hasil Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
Tabel 19 Uji F (Uji Signifikansi Secara Simultan).....	79
Tabel 20 Uji T (Uji Signifikansi Secara Parsial).....	80

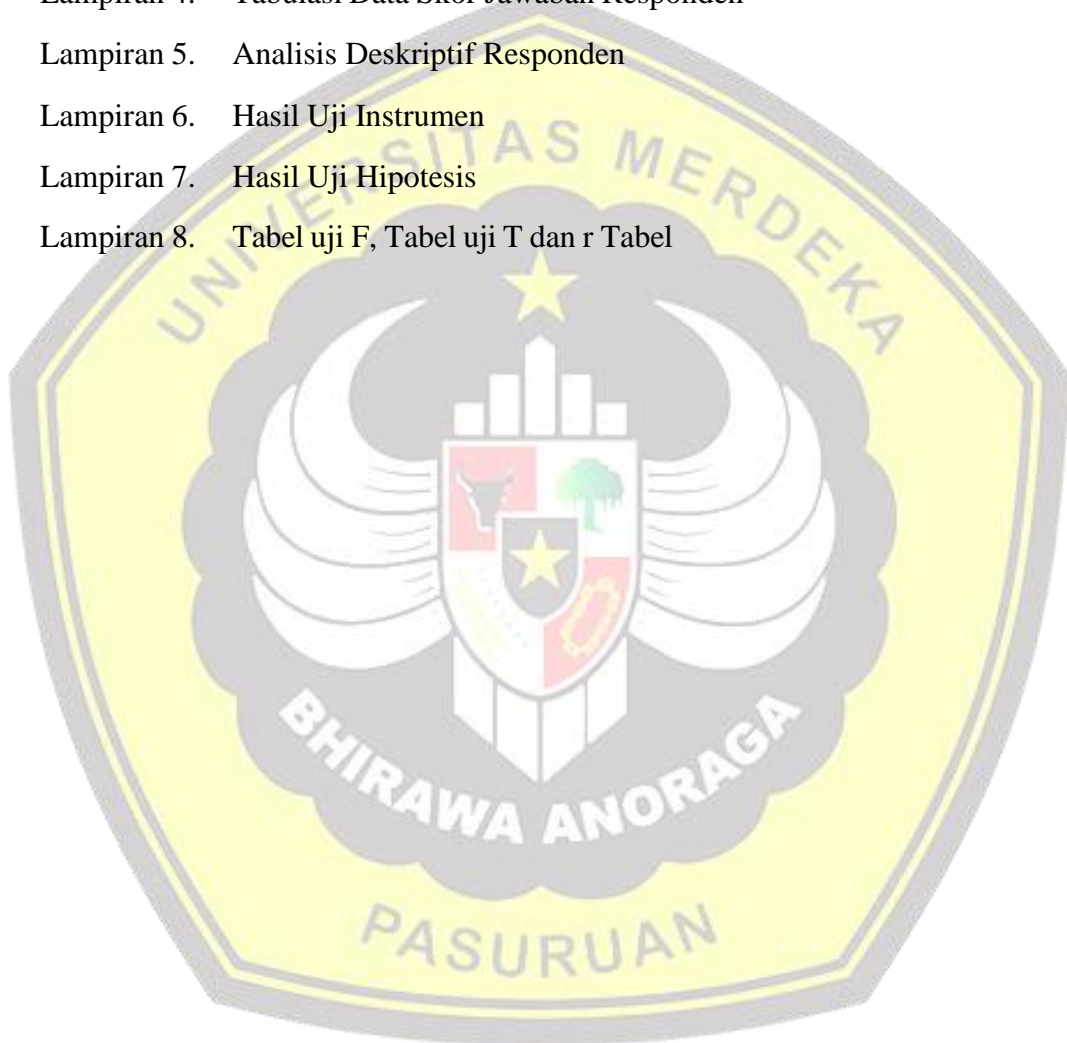
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tren Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Merek Sepatu Lokal	1
Gambar 2 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3 Logo Sepatu Ventela	54
Gambar 4 Tampilan Profile Ventelashoes	55
Gambar 5 Tampilan Produk Sepatu Yang Dijual Di Instagram	55
Gambar 6 QR Barcode Kuesioner	59
Gambar 7 Hasil Uji Normal P-Plot	72
Gambar 8 Scatterplot Antara Predicted Value Dengan Studentized Residual	74



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Jadwal Penelitian
- Lampiran 3. Transkrip Wawancara
- Lampiran 4. Tabulasi Data Skor Jawaban Responden
- Lampiran 5. Analisis Deskriptif Responden
- Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8. Tabel uji F, Tabel uji T dan r Tabel



Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Sepatu Lokal Ventela di Kalangan Mahasiswa Universitas Merdeka

Pasuruan

Aviva Mauludiyah¹, Vita Fibriyani², Agnes Ratna Pudyarningsih³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

Email: avivamauludiyah187@gmail.com¹, vita fibriyani@gmail.com²,
ratnahend@gmail.com³

Abstrak

Perkembangan fashion di Indonesia berkembang pesat, termasuk produk lokal sepatu. Sepatu Ventela merupakan produk lokal di Indonesia yang sudah berkembang pesat. Sepatu lokal Ventela merupakan produk buatan lokal Bandung sejak tahun 2017 oleh William sebagai pemilik pabrik sepatu yang memproduksi sneakers dengan kualitas baik yang tidak kalah keren dengan sepatu import. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu lokal Ventela dikalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan. Populasi yang digunakan adalah kalangan mahasiswa aktif Universitas Merdeka Pasuruan yang menggunakan sepatu lokal Ventela dengan metode sampling yaitu *non-probability* sampling. Penelitian ini menggunakan sampel 91 responden yaitu kalangan mahasiswa aktif Universitas Merdeka Pasuruan. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Gaya hidup dan citra merek berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. 2) Gaya hidup dan citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan masing-masing nilai sig. $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,649 yang memberikan model gaya hidup dan citra merek memiliki kemampuan dan kontribusi sebesar 64,9% terhadap keputusan pembelian sedangkan 35,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Gaya hidup, citra merek, keputusan pembeli.

**The Influence of Lifestyle and Brand Image on the Decision to
Purchase Local Ventela Shoes among Students at Merdeka University**

Pasuruan

Aviva Mauludiyah¹, Vita Fibriyani², Agnes Ratna Pudyaningsih³

¹Student of the Faculty of Economics, Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Lecturer at the Faculty of Economics, Universitas Merdeka Pasuruan

Email: avivamauludiyah187@gmail.com¹, vita fibriyani@gmail.com²,
ratnahend@gmail.com³

Abstract

The development of fashion in Indonesia is growing rapidly, including local shoe products. Ventela shoes are a local product in Indonesia that has developed rapidly. Ventela local shoes are a product made locally in Bandung since 2017 by William as the owner of a shoe factory which produces good quality sneakers that are no less cool than imported shoes. This research aims to determine the influence of lifestyle and brand image on the decision to purchase local Ventela shoes among Merdeka Pasuruan University students. The population used is active students at Merdeka Pasuruan University who use local Ventela shoes using a sampling method, namely non-probability sampling. This research used a sample of 91 respondents, namely active students at Merdeka Pasuruan University. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. The research results show that 1) Lifestyle and brand image have a simultaneous influence on purchasing decisions with a sig. $0.000 < 0.05$. 2) Lifestyle and brand image partially influence purchasing decisions with each sig value. $0.000 < 0.05$. Meanwhile, the R Square value is 0.649, which gives the lifestyle and brand image model an ability and contribution of 64.9% to purchasing decisions, while 35.1% is influenced by other variables outside this research.

Keywords: Lifestyle, brand image, buyer decisions.