

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KALANGAN
MAHASISWA KOTA PASURUAN**

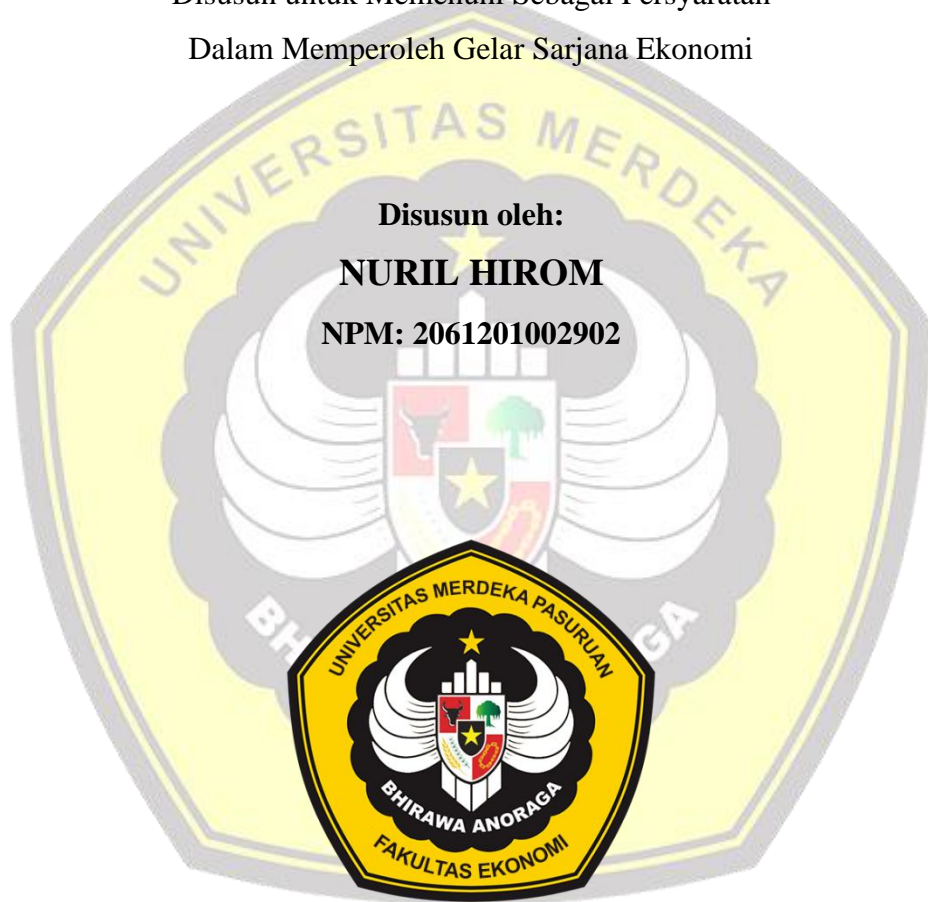
SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun oleh:

NURIL HIROM

NPM: 2061201002902



**UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN
FAKULTAS EKONOMI**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nuril Hirom
NPM : 2061201002902
Univeristas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup

Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Eiger Di Kalangan Mahasiswa Kota
Pasuruan.

DISETUJUI DAN DITERIMA

Pasuruan, 4 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



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



(Eni Erwantiningsih, SE, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan didepan 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. Yufenti Oktafiah, SE, MM. | 1. Ketua..... |
| 2. Vita Fibriyani, S.Si., M. Si | 2. Sekretaris |
| 3. Eni Erwantiningsih, SE, MM. | 3. Anggota |

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan
Dekan

(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nuril Hirom

NPM : 2061201002902

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Pasuruan, 10 Oktober 2001

Alamat : Dusun Pering RT.15, RW.004, Desa Watuprapat
Kecamatan Nguling Kabupaten Pasuruan.

Nama Orang Tua (Ayah) : Tohar
(Ibu) : Buasi

Riwayat Pendidikan :

1. SDN WATPRAPAT 3 Pasuruan. Tahun Lulus : 2013
2. SMPN 4 NGULING Pasuruan. Tahun Lulus : 2016
3. SMKN 1 NGULING Pasuruan. Tahun Lulus : 2019
4. Terdaftar Sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan Tahun 2020.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT
(ORISINILITAS)

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nuril Hirom

NPM : 2061201002902

Alamat Rumah : Dusun Pering RT.15, RW.004, Desa Watuprapat
Kecamatan Nguling Kabupaten Pasuruan.

Dengan ini menyatakan skripsi saya yang berjudul:

“Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kalangan Mahasiswa Kota Pasuruan”

Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Tesis atau pun Disertasi. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang kami tulis adalah hasil plagiat maka kami 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



Nuril Hirom

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang, saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang Berjudul Pengaru Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kalangan Mahasiswa Kota Pasuruan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarya kepada:

1. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P. Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi.
3. Vita Fibriyani S.Si., M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan saran dengan penuh kesabaran dansangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Eni Erwantiningsih S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan saran dengan penuh kesabaran dan sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff kepengurusan Fakultas Ekonomi Universitas

Merdeka Pasuruan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.

6. Ayah (Tohar) yang suka rela dan tanpa mengeluh telah mencari nafkah dengan segenap kekuatan dan jerih payah keringat untuk memberikan biaya segalanya untuk penulis hingga pada titik ini.
7. Ibu (Buasi) yang senantiasa selalu memberikan doa disetiap selesai ibadahnya dan jerih payah keringat untuk memberikan biaya segalanya untuk penulis hingga pada titik ini.
8. Terima kasih kepada teman seperjuangan peneliti yakni Pipit Anggraini, Ricko Abdullah, Nurul Hakiki, Dinda Nur Aulia, Mutmainnah, Nisa Azhura, yang sudah berjuang dan sama-sama saling membenatu, bertukar pendapat dan memberikan semangat kepada penulis.

Pasuruan, 4 Juli 2024



Nuril Hirom

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINILITAS)	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Keputusan Pembelian.....	12
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13

3. Peran dalam Keputusan Pembelian konsumen	15
4. Indikator Keputusan Pembelian	16
B. Citra Merek	19
1. Pengertian Citra Merek	19
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek	19
3. Manfaat Citra Merek	21
4. Indikator Citra Merek	23
C. Gaya Hidup	24
1. Pengertian Gaya Hidup	24
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup	25
3. Jenis-jenis Gaya Hidup	28
4. Indikator Gaya Hidup	29
D. Hubungan Antara Variabel Bebas dan Variabel Terikat.....	30
1. Hubungan Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	30
2. Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelia...	32
3. Hubungan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelia...	35
E. Penelitian Terdahulu	38
F. Kerangka Konseptual	47
G. Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Devinisi Operasional Variabel	50
1. Variabel Dependensi (Terikat).....	50

2. Variabel Independen (Bebas).....	53
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	55
C. Lokasi Penelitian.....	55
D. Populasi dan Sampel	56
1. Populasi.....	56
2. Sampel.....	56
E. Jenis dan Sumber Data.....	58
1. Jenis Data	58
2. Sumber Data.....	59
F. Teknik Pengumpulan Data.....	60
1. Metode Observasi.....	60
2. Kuesioner (Angket).....	60
3. Wawancara.....	61
G. Teknik Analisis Data.....	61
1. Analisis Deskriptif	61
2. Uji Instrumen Penelitian	63
3. Uji Asumsi Klasik.....	64
4. Uji Regresi Linier Berganda	67
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	68
6. Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
A. Hasil Penelitian	71
1. Profil perusahaan PT. Eigerindo MPI.....	71

2. Uji Instrumen Penelitian	72
3. Analisis Deskriptif profil responden	76
4. Deskripsi variabel responden	84
B. Hasil Uji Asumsi Klasik	91
1. Hasil Uji Normalitas	91
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
3. Hasil Uji Heteroskedestisitas	94
4. Hasil Uji Linearitas	96
5. Hasil Uji Autokorelasi.....	97
C. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	98
D. Hasil Analisis Koefisien Determinan (R^2)	99
E. Hasil Uji Hipotesis	100
1. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	100
2. Hasil Uji Parsial (Uji t)	102
F. Pembahasan Hasil Penelitian	104
1. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelia ...	109
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelia ...	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2 Jumlah Sampel	58
Tabel 3 Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas	75
Tabel 5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 6 Data Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 7 Data Responden Berdasarkan asal Universitas.....	78
Tabel 8 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk	80
Tabel 9 Data Responden Berdasarkan produk Yang dimiliki.....	81
Tabel 10 Data Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk	83
Tabel 11 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 12 Deskripsi Variabel Citra Merek	88
Tabel 13 Deskripsi Variabel Gaya Hidup.....	90
Tabel 14 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 15 Hasil Uji Multikolinieritas	94
Tabel 16 Hasil Uji Linearitas	96
Tabel 17 Hasil Uji Autokorelasi	97
Tabel 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	98
Tabel 19 Hasil Analisis Koefisien Determinan (R^2)	100
Tabel 20 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	102
Tabel 21 Hasil Uji Parsial (Uji t)	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 kerangka konseptual	47
Gambar 2 Hasil Uji Normal P-Plot	93
Gambar 3 Grafik <i>Scatterplot</i> Antara Nilai Std Predicted dengan <i>Standardized Residual</i>	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Output Spss

Lampiran 3 Tabel Distribusi



PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DIKALANGAN MAHASISWA KOTA PASURUAN

Nuril Hirom¹⁾, Vita Fibriyani S.Si., M.²⁾, Eni Erwantiningsih S.E., M.M.³⁾

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka
Pasuruan

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

E-mail: nurilhirom19@gmail.com¹, vita fibriyani@gmail.com²
[.enierwanti232@gmail.com](mailto:enierwanti232@gmail.com)³

Abstrak

Belakangan ini dikalangan milenial terutama di kalangan mahasiswa sedang *trend fashion* dan gaya hidup menjelajahi hutan, mendaki gunung, *out bond*, *camping*. Dengan adanya hal tersebut membuat peluang bisnis penyedia kegiatan luar ruangan. Salah satu produk yang menawarkan produk penyedia kegiatan luar adalah Eiger. Penelitian ini mengambil topik dengan judul Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kalangan Mahasiswa Kota Pasuruan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka dapat memberikan wawasan berharga bagi produsen. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperdalam pemahaman tentang perilaku konsumen dan strategi pemasaran di tingkat lokal. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data koesioner dengan menggunakan uji kelayakan instrument yaitu uji validitas dan reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien determinan sebagai ukuran untuk mengevaluasi kontribusi variabel X terhadap variasi variabel Y. Hasil penelitian ini diperoleh nilai R Square 0.927 dan menunjukkan bahwa 1). Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai signifikan masing-masing. 0.000. 2). Citra Merek secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil nilai signifikan 0.000. 3). Gaya Hidup secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil nilai signifikan. 0.000.

Kata kunci: Citra Merek, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.