

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, KUALITAS
PRODUK, MEREK, PROMOSI, DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
BLACKBERRY DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

SOFYAN SIDIN

3103008258

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2014

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, KUALITAS
PRODUK, MEREK, PROMOSI, DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
BLACKBERRY DI SURABAYA**

SKRIPSI

diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

**SOFYAN SIDIN
3103008258**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

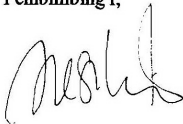
**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, KUALITAS
PRODUK, MEREK, PROMOSI, DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
BLACKBERRY DI SURABAYA**

OLEH

**SOFYAN SIDIN
3103008258**

**Telah disetujui dan diterima
Untuk diajukan ke tim penguji**

Pembimbing I,



Dr. C. Erna Susilowati, SE, M.Si.

Tanggal: 07.11.2019

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.

Tanggal: 21.12.2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : SOFYAN SIDIN, NRP: 3103008258,
Telah di uji tanggal 22 Januari 2014 dan di nyatakan lulus oleh Tim
Penguji.


Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, MM.CPM (AP)

NIK.311. 89. 0163

Mengetahui,

Dekan,

Dr. Eddy Gus Lasdi, MM
NIK.321. 99. 0370

Ketua Jurusan,
a.n. Sekretaris Jurusan



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofyan Sidin

NRP : 3103008258

Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, KUALITAS PRODUK, MEREK, PROMOSI, DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* BLACKBERRY DI SURABAYA

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan hak cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Januari 2014

Yang menyatakan


6000 DJP Sofyan Sidin

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, KUALITAS PRODUK, MEREK, PROMOSI, DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE BLACKBERRY DI SURABAYA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga, kualitas produk, merek, promosi, dan kelompok referensi, dan mengetahui faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Blackberry di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah 209 responden yang membeli sekaligus menggunakan *smartphone* Blackberry minimal 6 bulan pemakaian, berusia minimal 18 tahun, dan berdomisili di Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Metode pengumpulan data adalah survey langsung kepada konsumen *smartphone* Blackberry melalui pembagian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, harga, kualitas produk, merek, promosi, dan kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* Blackberry di Surabaya. Akan tetapi, gaya hidup bukan merupakan faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Blackberry di Surabaya, melainkan kelompok referensi. Kelompok referensi yang paling potensial adalah kelompok kawula muda, kelompok karyawan/pegawai, dan kelompok wiraswasta.

Kata kunci: gaya hidup, harga, kualitas produk, merek, promosi, kelompok referensi, keputusan pembelian, *smartphone*, Blackberry

ABSTRACT

INFLUENCE ANALYSIS OF LIFESTYLE, PRICE, PRODUCT QUALITY, BRAND, PROMOTION, AND GROUP REFERENCES TOWARD BLACKBERRY SMARTPHONES BUYING DECISIONS IN SURABAYA

The purpose of this study was to determine the influence of lifestyle, price, product quality, brand, promotion, and the group references, and to find the dominant factor influence Blackberry smartphone buying decisions in Surabaya. The samples in this study were 209 respondents who purchased and using Blackberry smartphones at least 6 months of usage, 18 years old minimum, and live in Surabaya. The Sampling method used non-probability sampling with purposive sampling. Data collection method used direct survey to the customer through distribution of questionnaire. The data analysis technique of this research is multiple linear regression. The results showed that lifestyle, price, quality of product, brand, promotion, and group references have positive influence towards Blackberry smartphones buying decisions in Surabaya. However, lifestyle is not the dominant factor that influence buying decisions of Blackberry smartphones, except for group references. The larger potential of group references are group of young people, group of employees, and the self-employed group.

Keywords: lifestyle, price, product quality, brand, promotion, group references, buying decisions, smartphones, Blackberry

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadirat Allah Swt atas rahmat serta karunia-Nya, akhirnya skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Merek, Promosi, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Blackberry” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa selama dalam masa studi sampai dengan penyusunan skripsi ini, telah banyak pihak yang membantu secara materiil maupun secara moril. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dr. C Erna Susilowati, SE, Msi selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Dra. Ec Ninuk Muljani, MM selaku dosen pembimbing kedua, yang memberikan arahan dan masukan bagi penulis dalam rangka penyempurnaan tesis ini.
2. Bapak/Ibu dosen, rekan-rekan mahasiswa/i, serta tata usaha Universitas Katolik Widya mandala Surabaya yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam pengerjaan skripsi selama ini.
3. Ayahanda tercinta Syafrudin Sidin beserta Ibunda Siti Rohani Sidin, saudara dan saudari tersayang Ruslan, Rizal, Reza, Aminah dan Nila, serta kedua keponakanku Lovely dan Zhafir yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dan doa bagi kesuksesan bagi penulis.
4. Teman-teman penulis yaitu Heru, Ricky, Arlan, Johan, Rifky, Agus, Deci, Selvia, dan Hans yang selalu memberikan dukungan selama studi.
5. Para responden penelitian yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

6. Semua pihak terkait yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya. Akhir kata, karena disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 21 Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	15
2.2.3 Gaya Hidup.....	17
2.2.4 Harga.....	19
2.2.5 Kualitas Produk.....	21
2.2.6 Merek.....	23
2.2.7 Promosi.....	26
2.2.8 Kelompok Referensi.....	29
2.3 Hubungan Antara Variabel.....	33
2.3.1 Hubungan Antara Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian.....	33

2.3.2 Hubungan Antara Harga Dengan Keputusan Pembelian ...	34
2.3.3 Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.3.4 Hubungan Antara Merek Dengan Keputusan Pembelian....	36
2.3.5 Hubungan Antara Promosi Dengan Keputusan Pembelian	37
2.3.6 Hubungan Antara Kelompok Referensi Dengan Keputusan Pembelian.....	38
2.4. Model Konseptual	39
2.5. Hipotesis.....	40
BAB 3 METODE PENELITIAN	41
3.1 Desain Penelitian.....	41
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	41
3.3 Definisi Operasional Variabel	41
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.5 Pengukuran Variabel	46
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	47
3.7 Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel...	47
3.7.1 Populasi Penelitian	47
3.7.2 Sampel Penelitian	47
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.8 Uji Kualitas Data.....	48
3.8.1 Uji Validitas	48
3.8.2 Uji Reliabilitas	48
3.9 Uji Asumsi Klasik	49
3.9.1 Uji Multikolinearitas	49
3.9.2 Uji Heteroskedasitas	49
3.10 Teknik Analisis	50

3.10.1 Teknik Analisis Linear Berganda	50
3.10.2 Analisis Korelasi Berganda	51
3.10.3 Analisis Determinasi Berganda	51
3.11. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	52
3.11.1 Uji Hipotesis Secara Bersama-sama	52
3.11.2 Uji Hipotesis Secara Parsial	53
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Karakteristik Responden	56
4.2 Hasil Uji Kualitas Data.....	60
4.2.1 Uji Validitas	60
4.2.2 Uji Reliabilitas	62
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.4 Uji Asumsi Klasik	71
4.4.1 Uji Multikolinearitas	71
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	72
4.5 Teknik Analisis	73
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.5.2 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	74
4.5.3 Analisis Korelasi Berganda (R)	75
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	75
4.6 Pengujian Hipotesis.....	76
4.6.1 Uji Hipotesis secara Bersama-sama	76
4.6.2 Uji Hipotesis secara Parsial.....	76
4.7 Pembahasan.....	80
4.2.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	83

4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.2.4 Pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.2.5 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.2.6 Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.7 Variabel Independen yang Mendominasi Keputusan Pembelian.....	90
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	95
5.3 Keterbatasan Penelitian	96
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini....	14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan domisili.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	58
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Besarnya Pengeluaran Per Bulan.....	59
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan	60
Tabel 4.8 Uji Validitas Gaya Hidup (X1).....	60
Tabel 4.9 Uji Validitas Harga (X2), Kualitas Produk (X3), Merek (X4), Promosi (X5), dan Kelompok Referensi (X6) ...	61
Tabel 4.10 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y1)	62
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.12 Derajat Penilaian Variabel	63
Tabel 4.13 Nilai Rata-rata dan Penilaian Responden terhadap Variabel Gaya Hidup (X1).....	64
Tabel 4.14 Nilai Rata-rata dan Penilaian Terhadap Variabel Harga (X2)	65
Tabel 4.15 Nilai Rata-rata dan Penilaian Responden terhadap Variabel Kualitas Produk (X3)	66
Tabel 4.16 Nilai Rata-rata dan Penilaian Responden terhadap Variabel Merek (X4).....	67
Tabel 4.17 Nilai Rata-rata dan Penilaian Responden Variabel Promosi (X5)	68

Tabel 4.18 Nilai Rata-rata dan Penilaian Responden Terhadap Variabel Kelompok Referensi (X6)	69
Tabel 4.19 Nilai Rata-rata dan Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y1)	70
Tabel 4.20 Uji Multikolinearitas Variabel Independen.....	71
Tabel 4.21 Hasil <i>Output</i> Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.22 Nilai Koefisien Determinasi (r^2) Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.....	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Tahap Pembelian Konsumen	16
Gambar 2.2: Model Konseptual	40
Gambar 4.1: Diagram Scatterplot Uji Heteroskedatisitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.
- Lampiran 2. Profil Responden.
- Lampiran 3A. Jawaban Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup dan Variabel Harga.
- Lampiran 3B. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3) dan Variabel Merek (X4).
- Lampiran 3C. Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X5) dan Variabel Kelompok Referensi (X6).
- Lampiran 3D. Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y1)
- Lampiran 4. Hasil Frekuensi Profil Responden
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Statistika Deskriptif
- Lampiran 8. Hasil Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9. Hasil Analisis Korelasi Parsial