

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFESTYLE*, DAN  
*PRODUCT QUALITY* TERHADAP *PURCHASE  
DECISION* PADA *APPLE iPhone* DI SURABAYA**



**OLEH:  
CINDY PRICILIA  
3103013001**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

## HALAMAN JUDUL

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFESTYLE*, DAN *PRODUCT QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA *APPLE iPHONE* DI  
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

CINDY PRICILIA

3103013001

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE, LIFESTYLE, DAN PRODUCT QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA *APPLE iPHONE* DI  
SURABAYA**

**OLEH:  
CINDY PRICILIA  
3103013001**

**Telah disetujui dan diterima dengan baik  
untuk diajukan kepada tim penguji**

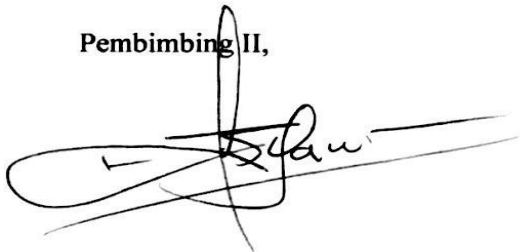
**Pembimbing I,**



**Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.**

**Tanggal: 30 Desember 2016**

**Pembimbing II,**



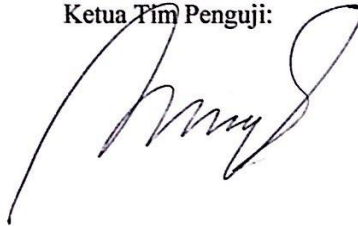
**A. Y. Yan Wellyan T. P, SE., M.Si.**

**Tanggal: 21 Desember 2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Cindy Pricilia NRP 3103013001. Telah diuji pada tanggal 24 Januari 2017 dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

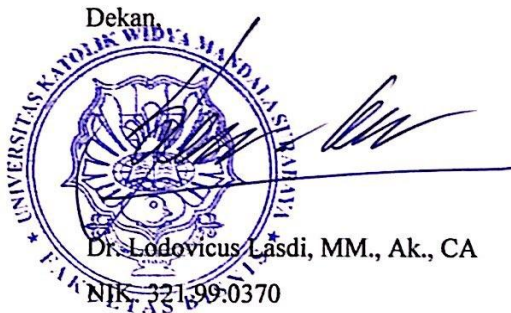


Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.

NIK. 311.83.0099

Mengetahui:

Dekan,



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si.

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Pricilia

NRP : 3103013001

Judul Skripsi :

*PENGARUH BRAND IMAGE, LIFESTYLE, DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISION PADA APPLE IPHONE DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 13 Januari 2017

Yang menyatakan,



Cindy Pricilia

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat wajib yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, dan Bapak *Robertus Sigit* H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS., selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar dalam membimbing saya dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing saya dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya Bapak dan Ibu dosen rumpun Manajemen Pemasaran yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Orang tua yang telah mendukung dan memberi dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman seperjuangan yang turut membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
8. Semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala doa, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada penulis.

Besar harapan penulis agar Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 13 Januari 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1. Manfaat Teoritik .....	6
1.4.2. Manfaat Praktik .....	6
1.5. Sistematika Skripsi .....	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	9
2.2.1. <i>Brand Image</i> .....	9
2.2.2. <i>Lifestyle</i> .....	11



2.2.3. <i>Product Quality</i> .....	12
2.2.4. <i>Purchase Decision</i> .....	14
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	16
2.3.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	16
2.3.2. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	17
2.3.3. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	18
2.4. Model Penelitian .....	19
2.5. Hipotesis Penelitian .....	19
BAB 3, METODE PENELITIAN .....	20
3.1. Jenis Penelitian .....	20
3.2. Identifikasi Variabel .....	20
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ...	20
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	22
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	22
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.7. Analisis Data .....	24
3.7.1. Uji Reliabilitas .....	24
3.7.2. Uji Validitas .....	24
3.7.3. Uji Multikolinearitas .....	24
3.7.4. Uji Autokorelasi .....	25
3.7.5. Uji Heteroskedastisitas .....	25
3.7.6. Uji Normalitas .....	26
3.7.7. Uji Linearitas .....	27
3.7.8. Analisis Regresi Linier Berganda .....	27

3.7.9. Koefisien Korelasi .....	28
3.7.10. Koefisien Determinasi .....	28
3.7.11. Uji t .....	29
3.7.12. Uji F .....	29
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1. Karakteristik Responden .....	30
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	31
4.1.3. Karakteristik Responden Pembeli dan Pengguna <i>Apple iPhone</i> .....	31
4.2. Statistik Deskriptif .....	32
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (BI) .....	33
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i> (LS) .....	34
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Product</i> <i>Quality (PQ)</i> .....	35
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase</i> <i>Decision (PD)</i> .....	36
4.3. Analisis Hasil Penelitian .....	36
4.3.1. Uji Reliabilitas .....	36
4.3.2. Uji Validitas .....	37
4.3.3. Uji Multikolinearitas .....	40
4.3.4. Uji Autokorelasi .....	41
4.3.5. Uji Heteroskedastisitas .....	41
4.3.6. Uji Normalitas .....	43

4.3.7. Uji Linearitas .....	44
4.3.8. Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.3.9. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	48
4.3.10. Uji t .....	49
4.3.11. Uji F .....	49
4.4. Pembahasan .....	50
4.4.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> pada <i>Apple iPhone</i> di Surabaya ...	50
4.4.2. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> pada <i>Apple iPhone</i> di Surabaya ...	52
4.4.3. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> pada <i>Apple iPhone</i> di Surabaya .....	55
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN .....	58
5.1. Simpulan .....	58
5.2. Saran .....	59
5.2.1. Saran Teoritik .....	59
5.2.2. Saran Praktik .....	59

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Keunggulan <i>Apple iPhone</i> Dibandingkan <i>Android</i> .....	2
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	31
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Pembeli dan Pengguna <i>Apple iPhone</i> .....	31
Tabel 4.4. Interval <i>Mean Score</i> .....	32
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (BI) .....	33
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i> (LS) .....	34
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> (PQ)..	35
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i> (PD) .....	36
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas .....	39
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas .....	40
Tabel 4.12. Hasil Uji Autokorelasi .....	41
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	42
Tabel 4.14. Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.15. Hasil Uji Linearitas ( $R^2$ <i>old</i> ) .....	45
Tabel 4.16. Hasil Uji Linearitas ( $R^2$ <i>new</i> ) .....	45
Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
Tabel 4.18. Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	48
Tabel 4.19. Hasil Uji t .....	49

Tabel 4.20. Hasil Uji F .....

50

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	42
Gambar 4.2. <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Normalitas .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Interpretasi Data
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Autokorelasi
- Lampiran 9. Tabel *Durbin-Watson*
- Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 11. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 12. Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 13. Tabel F
- Lampiran 14. Hasil Uji F

## **Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* pada *Apple iPhone* di Surabaya**

### **ABSTRAK**

Pertumbuhan industri elektronik untuk produk *smartphone* di dunia khususnya di Indonesia semakin mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya zaman. Fenomena ini mengindikasikan bahwa persaingan bisnis untuk produk *smartphone* berkembang dengan cukup pesat. Pertumbuhan yang semakin meningkat dan didukung dengan daya beli masyarakat yang meningkat akan berdampak pada persaingan bisnis untuk produk *smartphone* yang semakin ketat. *Apple Inc.*, sebagai sebuah perusahaan global yang sudah tidak diragukan lagi keberadaannya di industri elektronik mampu bertahan dalam persaingan bisnis dengan menawarkan produk *smartphone* unggulannya yaitu *Apple iPhone*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh pengaruh *brand image*, *lifestyle*, dan *product quality* terhadap *purchase decision* pada *Apple iPhone* di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu (1) Berusia minimal 17 tahun, (2) Berdomisili di Surabaya, (3) Pembeli dan pengguna *Apple iPhone*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dan diolah menggunakan program SPSS 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada *Apple iPhone* di Surabaya, (2) *Lifestyle* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada *Apple iPhone* di Surabaya, (3) *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada *Apple iPhone* di Surabaya.

**Kata kunci:** *Brand Image*, *Lifestyle*, *Product Quality*, *Purchase Decision*



# **The Influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality to Purchase Decision on the Apple iPhone in Surabaya**

## **ABSTRACT**

The growth of the electronics industry for smartphones in the world, especially in Indonesia has increased in line with the expansion of the times. This phenomenon indicates that the business competition for smartphone products grown quite rapidly. The growth and supported by the increasing of purchasing power will have an impact on business competition for smartphones (increasingly very tight). Apple Inc., as a global company that is not doubt its existence in the electronics industry, is able to withstand the competition by offering its superior smartphone, Apple iPhone.

This study aims to learn more about the influence of brand image, lifestyle, and product quality to purchase decision on the Apple iPhone in Surabaya. The sample in this study are 100 respondents. The criteria of respondents in this research are (1) Minimum age of 17 years, (2) Based in Surabaya, (3) Buyers and users of Apple iPhone. This study uses multiple regression analysis techniques, and it processed by using SPSS 16.0. The result of this research could be concluded that (1) Brand image has a positive and significant influence to purchase decision on the Apple iPhone in Surabaya, (2) Lifestyle has a negative and significant influence to purchase decision on the Apple iPhone in Surabaya, (3) Product quality has a positive and significant influence to purchase decision on the Apple iPhone in Surabaya.

**Keywords:** *Brand Image, Lifestyle, Product Quality, Purchase Decision*