

**PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program

Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disusun Oleh :

WIDY NUR PRATAMA
NIM. 20180510024



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN QINTHARA COFFEE N RESTO
DI KABUPATEN KUNINGAN)

Oleh :

WIDI NUR PRATAMA
20180510024

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 13 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si.
NIK. 41038971055

Fahmi Yusuf, S. Kom., M.M.S.I., Ph.D
NIK. 0425127101

Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN QINTHARA COFFEE N RESTO DI
KABUPATEN KUNINGAN)**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

WIDI NUR PRATAMA

2018051002

DISETUJUI OLEH :

Kuningan, 13 Juni 2024

Pembimbing I,



Wachjuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221

Pembimbing II,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.
NIK. 410106910232

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Lili Karmela F, SE., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy
NIK. 41038091296

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Yakin pada apa yang kita anggap itu sebuah nilai kebenaran dalam hidup. Orang tua adalah surga yang terlihat.

PERSEMBAHKAN

Pencapaian ini persembahkan kepada orang tua saya yang tercinta telah memberi dukungan dalam hal materi dan support sistem luar biasa kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Gaya Hidup, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian** (*Studi pada konsumen Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan*) ” Ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 10 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



WIDI NUR PRATAMA

NIM.20180510024

ABSTRAK

Widi Nur Pratama. 20180510024. Pengaruh Gaya Hidup, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan. Skripsi. Program Studi Manajemen. Universitas Kuningan. Pembimbing I Wachjuni, SE., M.M. Pembimbing II Wely Hadi Gunawan, SE., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh gaya hidup, iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan 2) pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan 3) pengaruh iklan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan 4) pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survey. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampel jenuh (*total sampling*). Untuk pengambilan data diperoleh dengan menggunakan kuisioner dengan *google form* kepada 100 responden pada konsumen Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Analisis regresi linier berganda menunjukkan hubungan pengaruh yang positif antara gaya hidup, iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan : 1) gaya hidup, iklan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. 2) gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian 3) iklan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 4) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Iklan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Widi Nur Pratama. 20180510024. The Influence of Lifestyle, Advertisement and Product Quality on Purchasing Decisions at Qinthara Coffee n Resto in Kuningan Regency. Essay. Management Study Program. Kuningan of University. Advisor I Wachjuni, SE., M.M. Advisor II Wely Hadi Gunawan, SE., M.M.

This study aims to find out 1) the influence of lifestyle, advertisement and Product Quality on purchasing decisions at Qinthara Coffee n Resto in Kuningan Regency 2) the influence of lifestyle partially on purchasing decisions at Qinthara Coffee n Resto in Kuningan Regency 3) the influence of partial advertisement on purchasing decisions at Qinthara Coffee n Resto in Kuningan Regency 4) the influences of partial product quality on purchasing decisions at Qinthara Coffee n Resto in Kuningan Regency. The research method uses quantitative methods with survey research. Sampling techniques using purposive sampling formulas in which sampling or informants are based on certain considerations in accordance with the objectives and benefits of the study. Data collection was obtained using a questionnaire with google form to 100 respondents at Qinthara Coffee n Resto consumers in Kuningan Regency. The data analysis techniques used are classical assumption tests, multiple linear regression analysis, determination coefficient tests and hypothesis tests. Multiple linear regression analysis shows a positive influence relationship between lifestyle, advertisement and product quality on purchasing decisions. The results showed: 1) lifestyle, advertisement and product quality simultaneously affect purchasing decisions. 2) lifestyle partially influences purchasing decisions 3) advertisement partially influence purchasing decisions. 4) product quality partially influences the purchase decision.

Keywords : Lifestyle, Advertisement, Product Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal pengajuan usulan penelitian ini dengan judul: “Pengaruh Gaya Hidup, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Qinthara Coffee n Resto di Kabupaten Kuningan”. Shalawat beserta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW para keluarganya, sahabatnya, dan mudah-mudahan sampai kepada kita selaku umatnya yang selalu taat menjalankan ajarannya.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari bahwa penulisan dan pembuatan skripsi ini jauh dari kata sempurna oleh karena itu saran/kritik yang membangun sangat saya butuhkan untuk dapat menyempurnakan dimasa yang akan datang sehingga apa yang dihasilkan skripsi ini ini dapat bermamfaat bagi saya khususnya, dan teman-teman maupun pihak yang berkepentingan.

Kuningan, 10 Mei 2024

WIDI NUR PRATAMA
NIM 20180510024

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam. Penulis banyak bantuan, bimbingan serta petunjuk berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil sehingga penulis sampai pada titik ini.
2. Wachjuni, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan, arahan serta bimbingan dalam penyusunan proposal ini dengan sebaik mungkin.
3. Wely Hadi Gunawan, SE., M.M selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan, arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini .
4. Dr. Rina Masruroh, S.E., M. E. Sy selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Ibu Enung Nurhayati, S.E.,AK.,M. Si.CA. Selaku wakil Dekan I dan Dr. Dadang Suhardi, SE., M.M selaku wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan Izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Dr. H. Didik Harjadi., S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan
8. Kepada pihak Qinthara Coffee n Resto Cijoho yang sudah memberikan izin penelitian dan membantu dalam proses penelitian.
9. Seluruh Staf Dosen Program Studi Manajemen Universitas Kuningan yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

10. Seluruh Staf Administrasi dan Pengelola Perpustakaan Universitas Kuningan yang telah menyediakan fasilitas dalam penulisan penyusunan Skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi penelitian ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulisan sangat mengharapkan masukan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya.

Kuningan, 10 Mei 2024

Penulis

WIDI NUR PRATAMA

NIM.20180510024

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENSITAS	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Keputusan Pembelian	13
2.1.2. Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	23
2.1.3. Iklan.....	32
2.1.4. Kualitas Produk	39
2.1.6. Penelitian Terdahulu	46
2.2. Kerangka Berpikir	49
2.3. Hipotesis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1. Metode Penelitian.....	52
3.2. Oprasionalisasi Variabel	52
3.3. Populasi dan Sampel.....	55

3.3.1. Populasi	55
3.3.2. Sampel	55
3.4. Data dan Teknik Pengumpulan data	57
3.4.1. Data.....	57
3.4.2. Teknik Pengumpulan data	57
3.5. Uji Instrumen	59
3.5.1. Uji Validitas	59
3.5.2. Uji Reliabilitas	63
3.6. Teknik Analisis Data.....	67
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	67
3.6.2. Asumsi Klasik.....	70
3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda	73
3.6.4. Koefisien Determinasi.....	74
3.6.5. Uji F (Simultan).....	75
3.6.6. Uji T (Parsial).....	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1. Hasil Penelitian.....	78
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	78
4.1.2. Gambaran Responden	79
4.1.3. Analisis Deskriptif.....	82
4.1.4. Uji Asumsi Klasik.....	88
4.1.5. Analisis Regresi Linear Berganda	93
4.1.6. Koefisien Determinasi.....	95
4.1.7. Uji Hipotesis.....	95
4.2. Pembahasan.....	102
4.2.1. Pengaruh Gaya Hidup, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	102
4.2.2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	104
4.2.3. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	105
4.2.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109

5.1. Kesimpulan.....	109
5.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Qinthara Coffe n Resto 2017-2022	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Jumlah Data Penjualan Qintara Sirjio dan Ottaku	5
Tabel 1. 3 Daftar Pertanyaan Pra Survey.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3. 1 Oprasionalisasi Variabel.....	54
Tabel 3. 2 Uji Validitas Gaya Hidup (X_1)	60
Tabel 3. 3 Uji Validitas Iklan (X_2)	61
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kualitas Produk (X_3)	62
Tabel 3. 5 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X_1).....	65
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan (X_2)	65
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_3)	66
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	79
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Usia	80
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Pekerjaan	81
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Jumlah Pembelian	82
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Gaya Hidup (X_1)	82
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Iklan (X_2)	84
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X_3).....	85
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	87
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorop-Smirnov (K-S).....	89
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas	91
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	91
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	92

Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi (R^2)	95
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (F)	96
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial).....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Qinthara Cafe n Resto.....	4
Gambar 1. 2 Diagram Hasil Pra Survey Konsumen Terkait Gaya Hidup.....	6
Gambar 1. 3 Diagram Hasil Pra Survey Konsumen Terkait Iklan.....	8
Gambar 1. 4 Diagram Hasil Pra Survey Konsumen Terkait Kualitas Produk	9
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 2. 2 Paradigma Berpikir	50
Gambar 4. 1 Kategori Gaya Hidup (X_1)	83
Gambar 4. 2 Kategori Iklan (X_2)	85
Gambar 4. 3 Kategori Kualitas Produk (X_3)	86
Gambar 4. 4 Kategori Keputusan Pembelian (Y)	88