

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP
LAZADA**

(Survey Pada Pengguna Aplikasi Online Shop Lazada Di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

LUGY MAOLINDA FAJRI
20200510148

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONILNE SHOP
LAZADA
(Survey Pada Pengguna Aplikasi Online Shop Lazada Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

LUGY MAOLINDA FAJRI
20200510148

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 8 Oktober 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,

Penguji II,

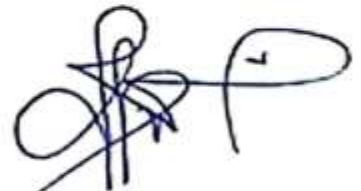
Penguji III,



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



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400



Wachiuni, S.E., M.M
NIK. 41006710221

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONILNE SHOP
LAZADA
(Survey Pada Pengguna Aplikasi Online Shop Lazada Di Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Oktober 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 41006710221



Neng Evi Kartika, S.E., M.M
NIK. 410108920248

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



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

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Kepurusan Pembelian Online ShopLazada” (Survei pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kabupaten Kuningan)”. Ini beserta seluruh isinya adalah benar- benar karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/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 ini.

Kuningan, 2024
Yang membuat pernyataan



UNPAD
UNIVERSITAS PAJADJARAN
JALAN DR. SUDIRMAN 31
40132
BANDUNG

Lugy Maolinda Fajri
20200510148

MOTO DAN PEMBAHASAN

MOTO

Rasakan rasa sakit. Renungkan rasa sakit. Terima rasa sakit. Kenali rasa sakit.

Orang yang tidak tahu rasa sakit mungking memahami kedamaian sejati. Aku tidak akan pernah melupakan rasa sakit. Dan sekarang, dunia akan mengetahui rasa sakit

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT karena skripsi ini adalah bagiandari ibadahku dengan memaksimalkan rezeki yang Engkau berikan kepada hamba-Mu ini. Skripsi ini kupersembahkan untuk orang tuaku tercinta yang tiada henti memberikan kasih sayang dan senantiasa selalu mendo'akanku disetiap saat. Terimakasih teruntuk Ayahanda dan Ibunda tercinta yang sudah mendidik dengan penuh kesabaran serta pengorbanannya selalu memberikan dorongan, bantuan material maupun non material

ABSTRAK

Lugy Maolinda Fajri, 20200510148. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Lazada. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Kuningan. 2024. Pembimbing I: Wachjuni, S.E. M.M., Pembimbing II: Neng Evi Kartika, S.E. M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna aplikasi online shop lazada di Kabupaten Kuningan, sampel yang digunakan untuk penelitian yaitu sebanyak 130 responden. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan skala pengukurannya menggunakan skala ordinal. Untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian 3) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian 4). Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Lugy Maolinda Fajri, 20200510148. The Influence of Service Quality, Brand Image, and Lifestyle on Lazada Online Shop Purchasing Decisions. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Kuningan University. 2024. Supervisor I: Wachjuni, S.E. M.M., Supervisor II: Neng Evi Kartika, S.E. M.M.

This research aims to determine and analyze the influence of Service Quality, Brand Image and Lifestyle on Purchasing Decisions partially and simultaneously. The method used in this research is a descriptive and verification method using a quantitative approach. The population in this study were users of the online shop Lazada application in Kuningan Regency. The sample used for the research was 130 respondents. The data collection technique uses a questionnaire with the measurement scale using an ordinal scale. For data analysis in this study, multiple linear regression analysis was used. The results of the research show that 1) Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, 2) Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions 3) Lifestyle has a positive and significant effect on Purchasing Decisions 4). Service Quality, Brand Image and Lifestyle have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Lifestyle, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Pertama dan yang paling utama puji Syukur marilah kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan ridho-nya lah penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada** (survey pada pengguna aplikasi online shop lazada di Kabupaten Kuningan)”

Tak pernah ada yang sempurna dalam setiap hasil karya manusia. Begitu pula dengan proposal yang penulis susun sudah barang tentu banyak sekali terdapat kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, tenaga, serta pengetahuan yang dimiliki penulis

Akhirnya, penulis berharap agar proposal ini dapat bermanfaat bagi penukis pribadi khususnya, dan bagi pembaca sekalian pada umumnya. Semoga proposal ini dapat dijadikan bahan kajian dan pertimbangan sehingga menjadi pedoman dalam penyusunan karya ilmiah selanjutnya yang lebih baik.

Kuningan, Juli 2024

Lugy Maolinda Fajri
202000510148

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kelimpahan Rahmat, berkah, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditetapkan.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari masukan, arahan, dorongan, dukungan serta bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak. Dengan kerendahanhati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan sebesar- besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan segenap keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dan selalu memberikan rasa cinta, do'a, motivasi dan dukungannya. .
2. Ibu Wachjuni. S.E., M.M selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi serta dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Neng Evi Kartika, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi serta dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Ibu Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

6. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Bapak Vigory Glorimab Manalu, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan atas semua ilmu dan nasihat yang telah diberikan, semoga menjadi ladang ibadah yang tidak pernah putus.
9. Seluruh staff dan karyawan Tata Usaha, Program Studi Manajemen, dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran seluruh mahasiswa dalam proses penyusunan skripsi.
10. Teman seperjuangan Iyan Muhammad S. A, Angga Aprianjaya, Aldi Rizki Nur Soleh, Muhammad Algiani, Anjar Prasetyo, Andre Ahmad Faheri, Nuron, Johan, Hilman dan Bias atas kebersamaan, dukungan, pengalaman, kerjasama dan bantuan kalian selamaini. Semoga Kesehatan, rezeki serta apa yang kalian cita-citakan dan harapkan segera tercapai.
11. Imel Mardlotillah, terimakasih telah berkontribusi banyak dalam skripsi ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun materi kepada penulis dan memberikan semangat untuk maju terus dalam meraih apa yang Penulis impikan. Terimakasih telah menjadi sosok yang selalu ada dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN.

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS... 12	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 Keputusan Pembelian	15
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Pembelian.....	15
2.1.2.2 Faktor- Faktor Keputusan Pembelian	17
2.1.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian	20
2.1.2.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.1.3 Kualitas Pelayanan	20

2.1.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.3.2	Faktor- Faktor Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.3.3	Dimensi Kualitas Pelaynan	24
2.1.3.4	Indikator Kualitas Pelayanan	25
2.1.4	Citra Merek.....	25
2.1.4.1	Pengertian Citra Merek	25
2.1.4.2	Faktor- Faktor Citra Merek.....	26
2.1.4.3	Dimensi Citra Merek.....	27
2.1.4.4	Indikator Citra Merek.....	27
2.1.5	Gaya Hidup.....	28
2.1.5.1	Pengertian Gaya Hidup	28
2.1.5.2	Faktor- faktor Gaya Hidup.....	31
2.1.5.3	Dimensi Gaya Hidup.....	31
2.1.5.4	Indikator Gaya Hidup	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	38
2.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhdap Keputusan Pembelian	39
2.4	Kerangka Berpikir	39
2.5	Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Metote Penelitian	42
3.2	Operasional Variabel.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	49
3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel	50
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	51

3.4.1	Jenis Data.....	51
3.4.2	Sumber Data.....	52
3.5	Teknik pengumpulan Data.....	52
3.6	Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	54
3.7	Uji Instrumen.....	54
3.7.1	Uji validitas.....	54
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	59
3.8	Analisis Verifikatif.....	59
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.8.1.1	Uji Normalitas.....	60
3.8.1.2	Uji multikolinearitas.....	60
3.8.1.3	Uji Heteroskedastitas.....	60
3.8.1.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	61
3.8.1.5	Uji koefisien Determinasi (R ²).....	61
3.9	Uji Hipotesis.....	62
3.9.1	Uji Simultan (Uji T).....	62
3.9.2	Uji Parsial (Uji F).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1	Hasil Penelitian.....	64
4.1.1	Gambaran Karakteristik Responden.....	64
4.2	Uji Instrumen.....	66
4.2.1	Uji Validitas.....	66
4.2.2	Uji Reabilitas.....	67
4.3	Analisis Deskriptif.....	69
4.3.1	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	72
4.3.2	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	75
4.3.3	Analisis Deskriptif Gaya Hidup.....	78

4.3.4	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	80
4.4	Uji Asumsi Klasik	83
4.4.1	Uji Normalitas.....	83
4.4.2	Uji Multikolinearitas	85
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	89
4.6	Uji Hipotesis	90
4.6.1	Uji F (Simultan).....	90
4.6.2	Uji T (Parsial)	91
4.7	Pembahasan	93
4.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.7.2	Penagruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	94
4.7.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	94
4.7.4	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN.....		104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Fase II 2023	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengunjung Situs Terbanyak di Indonesia.....	2
Gaambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	40