



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI
KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FITFLOP**

(STUDI KASUS PADA KONSUMEN FITFLOP STORE GRAND INDONESIA)

SKRIPSI

NAMA : MISKA JUERI

NIM : 1515.1111.789

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 23 Agustus 2018

ttd

Miska Jueri
1515.1111.789



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Miska Jueri
NIM : 1515.1111.789
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Fitflop

Jakarta, 23 Agustus 2018

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Arifin Nugroho, SE.MM

Zurlina Lubis, SE. MM

Mengetahui,
Puket I Bidang Akademik STIE JIC

Drs. H.Arjuna Wiwaha, MM

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Ujian Skripsi diselenggarakan : 23 Agustus 2018

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: 1.....	
Anggota	: 1.....	
	2.....	
	3.....	
	4.....	

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Maka pada kesempatan ini penulis dengan rasa hormat dan teristimewa menghaturkan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta yang dengan ketulusan hatinya membesarkan, membidik dan selalu memberikan dorongan serta doa yang tidak ada hentinya, selanjutnya terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM, selaku Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, selaku Puket 1 Bidang Akademik STIE Jakarta International College.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE.MM, selaku Ketua Prodi Manajemen dan sekaligus pembimbing utama skripsi ini.
4. Ibu Zurlina Lubis, SE. MM, selaku pembimbing pendamping skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College yang telah memberikan Pendidikan dan Pengajaran kepada Penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Bapak Johan Sebastian selaku Brand Manager Fitflop yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
7. Bapak Firdaus, Irfan Yahya, Ibu Nur Maidah, dan Mba Rully Indah Sari atas bantuan dan kerjasamanya yang telah memberikan informasi – informasi dan data yang dibutuhkan bagi penulis.
8. Kepada kakak-kakak saya, Om, dan Tante yang telah menghadiahkan doa semangat dan dukungan baik moril maupun materil selama ini.

9. Untuk sahabat saya Rani Hasbullah, SE, Mariana, Elizabet Nindya Lestiani, Tiara Indriyani, Nurma Seftiana dan Nia Ambrita Fitri yang setia menemani, menyemangati tiada henti, menaburkan senyum, dan selalu memberikan ketenangan.
10. Teman seperjuangan saya selama di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College (Arief Muhammad Sholeh, Muhammad Kurniawan, Muhammad Handoko, Rahmania Mirna dan Khairul Umam) yang telah menemani serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.
11. Adik kelas saya Agung Prasetyo, Ahmad Supena, Siti Fitriani, Annisa Nurhaliza, Selia Natasha, dan Nurhaliza, yang telah menemani dan membantu saat dibutuhkan serta memberi semangat yang tiada henti.
12. Seluruh teman-teman lainnya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College angkatan 2014-2018, Jurusan Manajemen dan Akuntansi yang telah membantu meluangkan waktu dan pikirannya.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara moril maupun materil kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga amal dan jasa mereka tercatat sebagai kebaikan yang tak ternilai di sisi Allah SWT. Dan semoga skripsi ini bermanfaat tidak hanya bagi penulis namun bermanfaat pula untuk semua pihak.

Jakarta, 23 Agustus 2018

Miska Jueri
1515.1111.789

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademik STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Miska Jueri
NIM : 1515.1111.789
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalty Noneklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

“PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FITFLOP (Studi kasus pada konsumen Fitflop Grand Indonesia)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti nonklusif ini STIE jakarta International College berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Jakarta, 23 Agustus 2018

Miska Jueri
1515.1111.789

ABSTRAK

Miska Jueri, 1515.1111.789. Pengaruh Gaya Hidup, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk FITFLOP. Studi kasus pada konsumen Fitflop Grand Indonesia. 119 halaman. 55 tabel, 9 gambar. Jakarta, 2018.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian, studi kasus pada konsumen Fitflop store Grand Indonesia, Jakarta Pusat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian secara parsial, dan pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian secara parsial, serta pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan data pustaka. Populasi pada penelitian ini berjumlah 160 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*. Dengan menggunakan rumus slovin untuk pengambilan sampel dari populasi 160 menjadi 61 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari tabel SPSS *Coefficient* sebesar 9,596 sehingga diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $t_{hitung} (9,596) > t_{tabel} (2,001,)$. untuk pengaruh antara gaya hidup (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial. Sedangkan untuk pengaruh Persepsi kualitas (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial didapat nilai t_{hitung} sebesar 10,466, sehingga diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $t_{hitung} (10,466) > t_{tabel} (2,001,)$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian pada Fitflop Grand Indonesia.

Daftar acuan : 8 buku (2008 – 2016), 26 jurnal, 5 website, pembimbing Arifin Nugroho dan Zurlina Lubis.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Miska Jueri, 1515.1111.789. The Influence of Lifestyle, and Quality Perceptions of FITFLOP Product Purchasing Decisions. Case study on Fitflop Grand Indonesia consumers. 119 page. 55 tables, 9 pictures. Jakarta, 2018.

This study discusses the influence of lifestyle and perceived quality of purchase decisions, case studies on Fitflop store Grand Indonesia consumers, Central Jakarta. The purpose of this study was to determine how much influence lifestyle has on purchasing decisions on a personal basis, and the influence of quality perceptions on purchasing decisions on a personal basis, and the influence of quality perception on purchasing decisions partially, as well as the influence of lifestyle and quality perceptions on purchasing decisions simultaneously.

This research is quantitative with data collection techniques through distributing questionnaires and library data. The population in this study amounted to 160 people. The sampling technique used by the researcher was purposive sampling. By using Slovin formula for sampling from population 160 to 61 respondents. The results showed that the t value was calculated from the SPSS Coefficient table as big as 9,596, so that it is known that t count is greater than t table or t count $(9.596) > t \text{ table } (2.001,)$. for the influence of lifestyle (X1) on purchasing decisions (Y) partially. As for the effect of quality perception (X2) on purchasing decisions (Y) partially obtained tcount of 10.466, so that it is known that t count is greater than t table or t count $(10.466) > t \text{ table } (2.001,)$. This shows that there is a significant relationship between perceived quality and purchasing decisions at Fitflop Grand Indonesia.

Refrence list : 8 books (2008-2016), 26 journals, 5 website, mentors : Arifin Nugroho and Zurlina Lubis.

Keywords : Lifestyle, Quality Perceptions, Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Teoritis.....	10
1. Gaya Hidup	10
2. Persepsi Kualitas	14
3. Keputusan Pembelian.....	22
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
1. Lokasi Penelitian.....	37
2. Waktu Penelitian	37
B. Metode Penelitian.....	37
1. Library Research Method (metode kepustakaan)	37
2. Field Research (metode lapangan)	38
C. Definisi operasional.....	38
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel.....	39
3. Teknik Penarikan Sampel	40
4. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Instrumen Penelitian.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	49
1. Uji Normalitas	49
2. Uji Asumsi Klasik Multikolonieritas	50

	3. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas	51
	4. Regresi Linier Sederhana	53
	5. Regresi Linier Berganda	54
	6. Koefisien Kolerasi Sederhana (R).....	54
	7. Koefisien Korelasi Berganda	55
	8. Koefisien Determinasi (R ²)	56
	9. Pengujian Hipotesis.....	58
	10. Pengolahan Data.....	59
BAB IV	GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan	60
	B. Struktur Organisasi Perusahaan	63
	C. Kegiatan Usaha Perusahaan	64
	D. Gambaran Keberhasilan	71
	E. Kendala Perusahaan	71
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Umum Responden Penelitian.....	72
	B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	75
	1. Gaya Hidup	75
	2. Persepsi Kualitas	81
	3. Keputusan Pembelian.....	85
	C. Pengujian Asumsi Model Regresi.....	92
	D. Pembahasal Hasil Penelitian	110
BAB VI	KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	116
	B. Keterbatasan.....	116
	C. Saran.....	117
	DAFTAR PUSTAKA	121
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1: Dimensi Pengukuran Gaya Hidup.....	12
TABEL 2.2 : Penelitian Terdahulu	32
TABEL 3.1 : Uji Skalan Pengukuran.....	44
TABEL 3.2 : Uji Validitas Gaya Hidup.....	46
TABEL 3.2 : Uji Validitas Persepsi Kualitas	47
TABEL 3.3 : Uji Validitas Keputusan Pembelian	47
TABEL 3.4 : Uji Reabilitas Gaya Hidup	48
TABEL 3.5 : Uji Reabilitas Persepsi Kualitas	49
TABEL 3.6 : Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.....	49
TABEL 5.1 : Jenis Kelamin Responden	72
TABEL 5.2 : Usia Responden.....	73
TABEL 5.3 : Pendidikan Terakhir Responden	74
TABEL 5.4 : Pekerjaan Responden	74
TABEL 5.5 : Penghasilan Responden.....	75
TABEL 5.6 : Tanggapan Pernyataan No. 1 Indikator GayaHidup	76
TABEL 5.7 : Tanggapan Pernyataan No. 2 Indikator GayaHidup	77
TABEL 5.8 : Tanggapan Pernyataan No. 3 Indikator GayaHidup	77
TABEL 5.9 : Tanggapan Pernyataan No. 4 Indikator GayaHidup	78
TABEL 5.10 : Tanggapan Pernyataan No. 5 Indikator GayaHidup	78
TABEL 5.11 : Tanggapan Pernyataan No. 6 Indikator GayaHidup	79
TABEL 5.12 : Tanggapan Pernyataan No. 7 Indikator GayaHidup	80
TABEL 5.13 : Tanggapan Pernyataan No. 8 Indikator GayaHidup	80
TABEL 5.14 : Tanggapan Pernyataan No. 1 Indikator Persepsi Kualitas	81
TABEL 5.15 : Tanggapan Pernyataan No. 2 Indikator Persepsi Kualitas	82
TABEL 5.16 : Tanggapan Pernyataan No. 3 Indikator Persepsi Kualitas	82
TABEL 5.17 : Tanggapan Pernyataan No. 4 Indikator Persepsi Kualitas	83
TABEL 5.18 : Tanggapan Pernyataan No. 5 Indikator Persepsi Kualitas	83
TABEL 5.19 : Tanggapan Pernyataan No. 6 Indikator Persepsi Kualitas	84
TABEL 5.20 : Tanggapan Pernyataan No. 7 Indikator Persepsi Kualitas	84
TABEL 5.21 : Tanggapan Pernyataan No. 8 Indikator Persepsi Kualitas	85
TABEL 5.22 : Tanggapan Pernyataan No.1 Indikator Keputusan Pembelian....	86
TABEL 5.23 : Tanggapan Pernyataan No.2 Indikator Keputusan Pembelian....	86
TABEL 5.24 : Tanggapan Pernyataan No.3 Indikator Keputusan Pembelian....	87
TABEL 5.25 : Tanggapan Pernyataan No.4 Indikator Keputusan Pembelian....	88
TABEL 5.26 : Tanggapan Pernyataan No.5 Indikator Keputusan Pembelian....	88
TABEL 5.27 : Tanggapan Pernyataan No.6 Indikator Keputusan Pembelian....	89
TABEL 5.28 : Tanggapan Pernyataan No.7 Indikator Keputusan Pembelian....	89
TABEL 5.29 : Tanggapan Pernyataan No.8 Indikator Keputusan Pembelian....	90
TABEL 5.30 : Rangkuman Interpretasi Data Indikator Gaya Hidup	90
TABEL 5.31 : Rangkuman Interpretasi Data Indikator Persepsi Kualitas.....	91
TABEL 5.32 : Rangkuman Interpretasi Data Indikator Keputusan Pembelian ..	91
TABEL 5.33 : Uji Kolmogorov.....	94
TABEL 5.34 : Uji Multikolonieritas.....	95
TABEL 5.35 : Uji Regresi Linear Gaya Hidup.....	97

TABEL 5.36	: Uji Regresi Linear Persepsi Kualitas.....	99
TABEL 5.37	: Uji Regresi Linear Berganda.....	101
TABEL 5.38	: Uji Koefisien Korelasi Parsial Gaya Hidup.....	102
TABEL 5.39	: Uji Koefisien Korelasi Parsial Persepsi Kualitas.....	103
TABEL 5.40	: Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	103
TABEL 5.41	: Uji Koefisien Determinasi Gaya Hidup.....	104
TABEL 5.42	: Uji Koefisien Determinasi Persepsi Kualitas.....	105
TABEL 5.43	: Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	105
TABEL 5.44	: Uji Statistik T Gaya Hidup.....	106
TABEL 5.45	: Uji Statistik T Persepsi Kualitas.....	108
TABEL 5.46	: Uji Statistik F.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi	63
Gambar 5.1	: Hasil Uji Normalitas Histogram	93
Gambar 5.2	: Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	93
Gambar 5.3	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	96
Gambar 5.4	: Grafik Regresi Linear Gaya Hidup.....	98
Gambar 5.5	: Grafik Regresi Linear Persepsi Kualitas.....	100
Gambar 5.6	: Uji Statisik T Gaya Hidup	107
Gambar 5.7	: Uji Statisik T Persepsi Kualitas	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Gaya Hidup

Lampiran 3. Tabulasi Data Persepsi Kualitas

Lampiran 4. Tabulasi Data Keputusan Pembelian

Lampiran 5. Tabel T

Lampiran 6. Tabel F

Lampiran 7. Tabel R

Lampiran 8. Sertifikat Produk Telah Lulus Uji

Lampiran 9. Surat Keterangan Riset

Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup