

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN J.CO DONUT AND
COFFE DI QMALL BANJARBARU**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

AHMAD NAUFAL

NIM : 1810412310028



**KEMENTRIAN PENDIDIKAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT BANJARMASIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN J.CO DONUT AND COFFE DI QMALL BANJARBARU

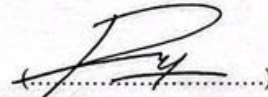
A. Nama Mahasiswa : Ahmad Naufal
NIM : 1810412310028

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji

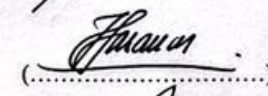
a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP.19891207201712104001




b. Penguji 1

M.Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP.197604142001121003



c. Penguji 2

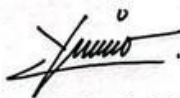
Humaidi, S.AB, M.AB
NIP.199304212020121013



Banjarmasin, 23 Agustus 2023

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B
NIP. 197511052001122001



Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP.19891207201712104001

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M. Si
NIP. 1973012219980211001





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 19 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3537/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 15 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Ahmad Naufal
NIM : 1810412310028
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *J.CO Donut and Cofee* di Qmall Banjarbaru

Tempat Ujian : Lab. Administrasi Bisnis
Waktu Ujian : 11.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 80/A
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 19 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Ahmad Naufal

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
(*Rizki*)
2. Sekretaris : Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
(*Hasan*)
3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB
(*Humaidi*)

Mengetahui/membenarkan :

Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dan penulisan skripsi dengan **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donut And Coffe Di Qmall Banjarbaru** ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai kebulatan studi untuk mencapai derajat Sarjana (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Lambung Mangkurat.

Besar harapan penulis agar penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan hasil baik. Dengan keterbatasan penulis dalam melaksanakan penelitian, banyak sekali hambatan yang penulis temui di lapangan. Jika penelitian ini pada akhirnya dapat diselesaikan dengan baik tentu hal itu dikarenakan bantuan dan dukungan daripihak-pihak terkait. Oleh karena itu, izinkanlah penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing, konsultasi selama proses persiapan, pelaksanaan penelitian, dan penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan.

5. Bapak M. Hasanur Arifin, S.sos, MM Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Humaidi, S.AB, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat serta para Staf jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah mendukung baik untuk kelancaran perkuliahan maupun kelancaran penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada kedua Orangtua, keluarga serta rekan perjuangan sesama jurusan yang telah bersabar dan bekerja keras serta memberikan dukungan untuk kelancaran studi penulis.

Rasa terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang turut membantu dan pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu. Semoga Allah SWT selalu memberkahi kita semua dengan kebaikan dan diberikan kelancaran dalam menyelesaikan segala urusan serta diberikan ilmu yang bermanfaat.

Adapun dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca.

Banjarmasin, Juni 2023

Ahmad Naufal

ABSTRAK

Ahmad Naufal, 18101412310028, 2023, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donut and Coffe di Qmall Banjarbaru, dibawah bimbingan: Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan variabel citra merek, kualitas produk, gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian J.co Donut and Coffe di Qmall Banjarbaru. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Tekhnik sampling yang digunakan adalah accidental sampling dengan perolehan sampel yang diambil sebanyak 98 responden. Pengumpulan data dengan cara kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donut and Coffe di Qmall Banjarbaru , kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donut and Coffe di Qmall Banjarbaru , gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donut and Coffe di Qmall Banjarbaru , dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donut and Coffe di Qmall Banjarbaru. Secara simultan citra merek, kualitas produk, gaya hidup dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donut and Coffe di Qmall Banjarbaru.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ahmad Naufal, 18101412310028, 2023, The Influence of Brand Image, Product Quality, Lifestyle and Price on Purchase Decisions of J.Co Donut and Coffe at Qmall Banjarbaru, under the guidance of: Mr. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM.

This research was conducted with the aim of examining the partial and simultaneous effect of brand image, product quality, lifestyle and price variables on purchasing decisions of J.co Donut and Coffee at Qmall Banjarbaru. The research approach used is to use quantitative methods. The side technique used is accidental side with the acquisition of samples taken as many as 98 respondents. Data collection by means of questionnaires and data analysis used is multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that brand image has no significant effect on purchasing decisions for J.co Donut and Coffe at Qmall Banjarbaru, product quality has a significant positive effect on purchasing decisions for J.co Donut and Coffe at Qmall Banjarbaru, lifestyle has no significant effect on purchasing decisions J.co Donut and Coffe at Qmall Banjarbaru, and prices have a positive and significant effect on purchasing decisions for J.co Donut and Coffe at Qmall Banjarbaru. Simultaneously brand image, product quality, lifestyle and price have a positive and significant effect on purchasing decisions for J.co Donut and Coffee at Qmall Banjarbaru.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
BERITA ACARA	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	24
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian	25
1.4.1 Manfaat Teoritis	25
1.4.2 Manfaat Praktis.....	25
BAB 2.....	26
TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Pemasaran.....	26
2.1.1 Manajemen Pemasaran	28
2.1.2 Bauran Pemasaran	29
2.2 Perilaku Konsumen	31
2.2.1 Lingkup Perilaku Konsumen.....	31
2.3 Keputusan Pembelian	34
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian	34
2.3.2 Tahapan Keputusan Pembelian	35
2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen... 40	
2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	41
2.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	42
2.4.1 Definisi Merek	42
2.4.2 Definisi Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	43

2.4.3 Manfaat Citra Merek	46
2.4.4 Indikator Citra Merek	48
2.5 Kualitas Produk	49
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	49
2.5.2 Faktor-faktor Kualitas produk	51
2.5.3 Indikator Kualitas Produk.....	55
2.6 Gaya Hidup	56
2.6.1 Pengertian Gaya Hidup.....	56
2.6.2 Faktor Gaya Hidup	57
2.6.3 Indikator Gaya Hidup	58
2.7 Harga	59
2.7.1 Definisi Harga.....	59
2.7.2 Jenis Penetapan Harga	59
2.7.3 Tujuan Penetapan Harga.....	60
2.7.4 Indikator Harga.....	60
2.8 Penelitian Terdahulu.....	62
2.9 Hipotesis dan Model Penelitian.....	66
2.9.1 Hipotesis Penelitian	66
2.10 Model Penelitian.....	76
BAB III.....	77
METODE PENELITIAN	77
3.1 Pendekatan Penelitian.....	77
3.2 Tipe Penelitian.....	77
3.3 Lokasi Penelitian	78
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling.....	78
3.4.1 Populasi	78
3.4.2 Besar Sampel	78
3.4.3 Tehnik Sampling	79
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	80
3.5.1 Variabel Independen.....	80
3.5.2 Variabel Dependen	84
3.6 Sumber Data	88
3.6.1 Data Primer.....	88
3.6.2 Data Sekunder.....	89
3.7 Teknik Pengumpulan Data	89
3.8 Teknik Analisa Data.....	89
3.8.1 Teknik Analisis Statistik Deskriptif	89
3.8.2 Teknik Pengumpulan Skor	90
3.8.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	91
3.8.4 Analisis Asumsi Klasik.....	92

3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda	95
3.8.6 Uji Hipotesis	96
BAB IV	99
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	99
4.1 Karakteristik Responden	99
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	100
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	101
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	111
4.3.1 Hasil Uji Validitas	111
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	115
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	115
4.4.1 Uji Normalitas	115
4.4.2 Uji Heteroskedasitas	119
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	120
4.4.4 Uji Autokorelasi	121
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	122
4.6 Pengujian Hipotesis	125
4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	125
4.6.2 Uji F (Uji Simultan).....	129
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi	130
BAB V.....	132
PEMBAHASAN HASIL	132
5.1 Pembahasan.....	132
5.1.1 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian ...	132
5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian	133
5.1.3 Pengaruh Gaya Hidup (X3) Terhadap Keputusan Pembelian ...	133
5.1.4 Pengaruh Harga(X4) Terhadap Keputusan Pembelian.....	134
5.1.5 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2) , Gaya Hidup (X3) dan Harga(X4) Terhadap Keputusan Pembelian	135
5.2 Implikasi Hasil	135
5.2.1 Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian.....	135
5.2.2 Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian	136
5.2.3 Gaya Hidup (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	136
5.2.4 Harga(X4) Terhadap Keputusan Pembelian	137
5.2.5 Implikasi Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2) , Gaya Hidup (X3) dan Harga(X4) Terhadap Keputusan Pembelian	138

5.3 Keterbatasan Penelitian	138
BAB VI.....	139
PENUTUP.....	139
6.1 Kesimpulan.....	139
6.2 Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Donat Tahun 2023	6
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung dan Penjualan Donat J.CO Donut & Coffe Qmall Banjarbaru tahun 2019-2021	9
Tabel 1.3 Brand Indeks J.CO Donuts	13
Tabel 1.4 Perbandingan Harga Jco Donut dan Dunkin' Donut	19
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	62
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	85
Tabel 3.2 Rentang Kategori Jawaban Responden	90
Tabel 3.3 Skala Likert	91
Tabel 3.4 Tabulasi Interpretasi Nilai R	98
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	100
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	101
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Citra Merek(X1)	102
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk(X2)	104
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Gaya Hidup(X3)	105
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Harga(X4)	107
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	108
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	111
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	114
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	116
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	115
Tabel 4.11 Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)</i>	118
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multikolinearitas</i>	120
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Autokorelasi</i>	121
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Regresi Linier Berganda</i>	122
Tabel 4.15 Hasil Uji T	125
Tabel 4.16 Hasil Uji F	129
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai dan Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman (2010-2021).....	2
Gambar 1.2 Survey Situs Tirto.id	7
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey	8
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	76
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas	116
Gambar 4.2 Normal Probability Plot.....	117
Gambar 4.3 Uji <i>Scatterplot Heteroskedastisitas</i>	120
Gambar 4.4 Hasil Mode Penelitian	179

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Skor Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Output SPSS Versi 25.0