

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MEREK UNIQLO DI KOTA BANJARMASIN**

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

Oleh:

Virna Dwi Elmiati

NIM: 2210412120014



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK UNIQLO DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Virna Dwi Elmiati
NIM : 2210412120014
- 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. 198912072025211948
 - b. Penguji I
Humaidi, S.AB, M.AB
NIP. 199304212020121013
 - c. Penguji II
Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
NIP. 199211262019032026

Banjarmasin, 07 Mei 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

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

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 198912072025211948

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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 Kamis tanggal 7 bulan Mei tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 984/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 23 April 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Virna Dwi Elmiati
NIM : 2210412120014
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo Di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
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 : 7 Mei 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Virna Dwi Elmiati

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

2. Sekretaris : Humaidi, S.AB, M.AB

3. Anggota : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT., yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo di Kota Banjarmasin ". Adapun skripsi ini dibuat sebagai pemenuhan syarat yang merupakan tugas akhir perkuliahan atau sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) tingkat Strata-1 (S1) bagi mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri S.E., M.Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Taharudin, S.Sos. MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.

5. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB., MM. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan saran, masukan dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Humaidi, S.AB., M.AB selaku dosen penguji 1 penulis yang banyak memberikan kritik dan saran.
7. Ibu Novia Nour Halisa S.Si., M.Si selaku dosen penguji 2 penulis yang banyak memberikan kritik dan saran.
8. Segenap dosen pengajar jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah menuntun dan mendidik selama menempuh kuliah.
9. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, yang telah banyak membantu.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dann syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup dunia dan akhirat, atas segala nikmat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan sepenuh hati kepada:

1. Kepada kedua orang tua penulis, Abah dan mama yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis, terima kasih untuk setiap doa yang senantiasa dipanjatkan dan pengorbanan tanpa henti yang diberikan dalam setiap langkah hidup penulis.
2. Kepada teman-teman tersayang Nor Aisyah, Sadrina Dafiana, Indah Nirmalasari, Ayu Sri Wulandari, Aulia Rahma Dita Cahyani, Selvia, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan serta semangat yang selalu diberikan selama ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagai cerita dan menemani penulis dalam berbagai proses hingga sampai dalam tahap ini.
3. Kepada teman-teman tercinta Aulia Nur Anisa, Dinda Syakira Maulidya, Maulidian Raihanah Yani, Putri Wulandari dan Anis Baktia Sholehah yang selalu menemani, mendukung dan memberikan semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, serta segala cerita dan perjuangan yang telah dilewati bersama. Kehadiran kalian menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Semoga persahabatan dan hubungan baik ini tetap terjaga meskipun nantinya akan melangkah ke jalan kehidupan masing-masing.

4. Organisasi BIPOK FISIP ULM, terima kasih telah menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran saya. Diluar perkuliahan, saya belajar banyak hal, mulai dari pengetahuan hingga keterampilan yang memperkaya diri.
5. Untuk diri saya sendiri, Virna Dwi Elmiati, terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan terus melangkah. Perjalanan ini tidak mudah, tapi kamu berhasil melewatinya dengan penuh keteguhan dan keberanian.

Semoga perjalanan ini menjadi bukti bahwa dengan doa, usaha dan dukungan dari orang-orang terkasih, kita bisa mengatasi setiap rintangan.

Banjarmasin, 14 April 2026

Virna Dwi Elmiati

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 26 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Virna Dwi Elmiati
NIM. 2210412120014

ABSTRAK

Virna Dwi Elmiati, 2210412120014, 2026. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo Di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Rizki Muslim Hidayat

Penelitian ini dilakukan bertujuan mengetahui dan menguji pengaruh secara parsial dan simultan Variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo Di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Banjarmasin. Sampel sebanyak 97 responden yang pernah membeli produk Uniqlo dipilih secara acak melalui teknik accidental sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dibantu IBM SPSS Statistik Versi 31.

Hasil penelitian ini membuktikan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo Di Kota Banjarmasin. Citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo Di Kota Banjarmasin. Gaya Hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo Di Kota Banjarmasin. Serta Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Merek Uniqlo Di Kota Banjarmasin. S

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

ABSTRACT

Virna Dwi Elmiati. 2210412120014. 2026. The Influence of Product Quality, Brand Image, and Lifestyle on Purchasing Decisions of Uniqlo Products in Banjarmasin City. Supervisor: Rizki Muslim Hidayat.

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of product quality, brand image, and lifestyle on purchasing decisions of Uniqlo products in Banjarmasin City.

This research employs a quantitative approach. The study was conducted in Banjarmasin City with a sample of 97 respondents who have purchased Uniqlo products, selected using accidental sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics version 31.

The results of this study indicate that product quality does not have a significant partial effect on purchasing decisions. In contrast, brand image and lifestyle have a significant partial effect on purchasing decisions. Furthermore, product quality, brand image, and lifestyle simultaneously have a significant effect on purchasing decisions of Uniqlo products in Banjarmasin City.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Lifestyle, Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Landasan Teoritis.....	25
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.2 Keputusan Pembelian	30
2.1.3 Kualitas Produk.....	39
2.1.4 Citra Merek.....	45
2.1.5 Gaya Hidup.....	49
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	53
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	66
2.3.1 Hipotesis Penelitian	66
2.3.2 Model Penelitian.....	71
BAB III METODE PENELITIAN.....	72
3.1 Pendekatan Penelitian.....	72
3.2 Desain Penelitian.....	72
3.3 Lokasi Penelitian	72
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling.....	73
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	75
3.5.1 Variabel Independen (Bebas)	75
3.5.2 Variabel Dependen (Terikat)	80

3.6 Teknik Pengumpulan Data	86
3.7 Teknik Analisa Data	87
3.7.1 Skala Pengukuran	87
3.7.2 Deskriptif Statistik	87
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	88
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	89
3.7.5 Uji Regresi Linier Berganda	92
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	93
BAB IV HASIL PENELITIAN	96
4.1 Profil Responden	96
4.1.1 Jenis Kelamin	96
4.1.2 Usia	97
4.1.3 Domisili	98
4.1.4 Pekerjaan	99
4.1.5 Penghasilan	99
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	100
4.2.1 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	101
4.2.2 Deskriptif Variabel Citra Merek (X2)	107
4.2.3 Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X3)	111
4.2.4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	115
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	121
4.3.1 Hasil Uji Validitas	121
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	122
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	123
4.4.1 Uji Normalitas	123
4.4.2 Uji Multikolinearitas	125
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	126
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	127
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	129
4.6.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)	129
4.6.2 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)	131
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	132
BAB V PEMBAHASAN HASIL	134
5.1 Pembahasan	134

5.1.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	134
5.1.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	136
5.1.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	137
5.1.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	139
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	140
5.3 Keterbatasan Penelitian	143
BAB VI PENUTUP	145
6.1 Kesimpulan.....	145
6.2 Saran.....	145
6.2.1 Akademis	145
6.2.2 Praktis	146
DAFTAR PUSTAKA	148

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel 3. 1 Definisi operasional variabel.....	83
Tabel 3. 3 Instrumen skala likert.....	87
Tabel 3. 4 Rentang kategori jawaban responden.....	88
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	95
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	96
Tabel 4. 2 Usia responden	97
Tabel 4. 3 Domisili	98
Tabel 4. 4 Pekerjaan responden.....	99
Tabel 4. 5 Penghasilan responden	99
Tabel 4. 6 Tanggapan responden tentang Kualitas Produk	101
Tabel 4. 7 Tanggapann responden tentang Citra Merek.....	107
Tabel 4. 8 Tanggapan responden tentang gaya hidup.....	111
Tabel 4. 9 Tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian	115
Tabel 4. 10 Hasil uji validitas.....	121
Tabel 4. 11 Hasil uji reliabilitas.....	123
Tabel 4. 12 Hasil uji kolomogrov-smirnov (K-S)	125
Tabel 4. 13 Hasil uji multikolinearitas	126
Tabel 4. 14 Hasil analisis regresi linier berganda.....	128
Tabel 4. 15 Hasil uji t	130
Tabel 4. 16 Hasil uji F	131
Tabel 4. 17 Hasil uji koefisien determinasi	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Barang yang paling sering dibeli saat belanja online	3
Gambar 1. 2 Preferensi belanja online masyarakat Indonesia	3
Gambar 1. 3 Pakaian terlaris global	6
Gambar 1. 4 Observasi pengetahuan dan keputusan pembelian merek Uniqlo di Kota Banjarmasin.....	8
Gambar 1. 5 Alasan membeli Uniqlo	12
Gambar 1. 6 Persepsi konsumen terhadap produk Uniqlo di media sosial	15
Gambar 1. 7 Top 10 fashion brand Indonesia	17
Gambar 1. 8 Filosofi merek Uniqlo	19
Gambar 1. 9 Persepsi konsumen terhadap produk Uniqlo di media sosial	20
Gambar 2. 1 Model perilaku konsumen	29
Gambar 2. 2 Tahap-tahap proses pengambilan keputusan	37
Gambar 4. 1 Grafik Histogram.....	124
Gambar 4. 2 Grafik Probability Plot	124
Gambar 4. 3 Hasil uji heteroskedastisitas	127
Gambar 5. 1 Model akhir penelitian	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	155
--------------------------------------	-----