



**PENGARUH GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG DI SAMSUNG *STORE PLAZA SIMPANG LIMA*
SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan
Strata 1**

Penyusun

Nama: Patricia Dinda Pradita

NIM : 14030119140160

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2023

SURAT PERNYATAAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan dr. Antonius Suroyo
Kampus Universitas Diponegoro
Tembalang Semarang Kode Pos 50275
Telepon/Faksimile (024) 7405407
Laman: www.fisip.undip.ac.id
Pos-el: fisip[at]undip.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Patricia Dinda Pradita
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030119140160
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 18 Oktober 2001
4. Departemen / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Wiroto Raya No.26 Semarang Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :
Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Samsung Store Plaza Simpang Lima Semarang


Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %.
Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.
Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

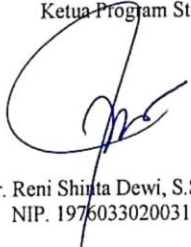

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 197503152008011014

Semarang, 03 Juli 2023

Pembuat Pernyataan,


Patricia Dinda Pradita
NIM. 14030119140160

Ketua Program Studi


Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Samsung *Store Plaza* Simpang Lima Semarang
Nama Penyusun : Patricia Dinda Pradita
NIM : 14030119140160
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 03 Juli 2023

Dekan

Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan

Akademik dan Kemahasiswaan

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing:

1. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
2. Drs. Saryadi, M.Si

Dosen Penguji:

1. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si, Akt
2. Drs. Saryadi, M.Si
3. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sebab itu janganlah kamu khawatir akan hari besok, karena hari besok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari”

(Matius 6:34)

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa , skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan berupa moral dan materiil, kasih sayang yang besar kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua adik saya Elsa dan Andra yang selalu memberikan hiburan sekaligus menjadi penyemangat bagi saya.
3. Diri saya yang sudah mau berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini serta mencapai segala pencapaian saat ini.
4. Pak Andi selaku dosen pembimbing 1 serta Pak Saryadi selaku dosen pembimbing 2 yang telah bersedia memberikan waktunya, serta sabar dalam membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bu Dina selaku dosen wali yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta selalu menginspirasi mahasiswanya.
6. Seluruh dosen prodi Administrasi Bisnis FISIP UNDIP yang selalu sabar dalam memberikan materi pelajaran.
7. Teman kuliah penulis, Shabrina Syafira dan Arindi Risqi yang selalu memberikan bantuan dan semangat supaya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman semasa SMP, SMK, dan Kuliah penulis yang selalu mendengarkan curhatan, keluh kesah, dan memberikan waktu untuk selalu berkumpul, serta selalu mendukung dalam suka dan duka.
9. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan positif, serta memberikan kebahagiaan selama masa perkuliahan.

Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Samsung Store Plaza Simpang Lima Semarang

ABSTRAK

Saat ini *Smartphone* merupakan alat komunikasi yang paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan dari anak-anak hingga dewasa, dari pelajar hingga pemimpin. *Smartphone* merupakan salah satu bukti perkembangan teknologi yang perkembangannya sangat pesat dari waktu ke waktu. Karena semakin banyak masyarakat yang membutuhkan *Smartphone* untuk menunjang aktivitasnya, maka semakin tinggi permintaan semakin banyak merek *Smartphone* yang muncul dengan berbagai macam merek dan harga. Dengan banyak munculnya berbagai pesaing, mengakibatkan *market share* Samsung mengalami penurunan di tahun 2020. Penurunan ini dibuktikan dengan data *market share* secara global serta data penjualan pada Samsung Store Plaza Simpang Lima, padahal Samsung sempat menduduki *market leader* selama bertahun-tahun. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Samsung, pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian Samsung, dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik purposive sampling. Kuesioner dibagikan ke responden dalam bentuk online menggunakan google form serta offline atau menggunakan kertas. Menguji data dilakukan menggunakan SPSS 26. Analisis data menggunakan dalam penelitian ini yaitu uji regresi. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa gaya hidup, *brand image*, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung.

Kata kunci : *Smartphone*; Gaya Hidup; *Brand Image*; Harga; Keputusan Pembelian

The Effect of Lifestyle, Brand Image, and Price on Samsung *Smartphone* Buying Decisions at the Samsung Store Plaza Simpang Lima Semarang

ABSTRACT

Currently Smartphone is the most widely used communication tool by various groups from children to adults, from students to leaders. Smartphones are one proof of technological developments that have developed very rapidly from time to time. Because more and more people need Smartphones to support their activities, the higher the demand, the more Smartphone brands that appear with various brands and prices. With the emergence of many competitors, Samsung's market share has decreased in 2020. This decline is evidenced by global market share data and sales data at the Samsung Store Plaza Simpang Lima, even though Samsung has been the market leader for years. The purpose of this study is to determine the influence of lifestyle on Samsung purchasing decisions, the influence of brand image on Samsung purchasing decisions, and the effect of price on Samsung smartphone purchasing decisions. The number of samples taken from this study were 100 respondents with a purposive sampling technique. Questionnaires were distributed to respondents in online form using Google from and offline or using paper. Testing the data was carried out using SPSS 26. Data analysis was used in this study, namely the regression test. From the results of the analysis it was concluded that lifestyle, brand image, and price have a significant effect on the decision to purchase a Samsung Smartphone.

Keywords: *Smartphones*; Lifestyle; Brand Image; Price; Buying Decision

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis. Saya sadar bahwa penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya hidup, Brand image, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Kota Semarang (Studi pada Samsung store Plaza Simpang Lima)” ini tidak lepas dari adanya Kerjasama serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu serta mendukung saya dalam proses penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Hardi Warsono , M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk Menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Progam Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk Menyusun skripsi dan membantu selama proses perkuliahan.
4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dinalestari Purbawati, M.Si, Akt selaku dosen wali sekaligus dosen penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Adminstras Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Bagi pihak Samsung Store di Plaza Simpang Lima yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta seluruh responden yang bersedia mengisi kuesioner penelitian.
9. Serta semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Semarang, 3 Juli 2023

Patricia Dinda Pradita

NIM. 14030119140160

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	ix
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.5. Kerangka Teori	13
1.6. Penelitian Terdahulu	28
1.7. Hubungan antar Variabel.....	31
1.7.1. Pengaruh Variabel X1 (Gaya Hidup) terhadap Y (Keputusan Pembelian)	31
1.7.2. Pengaruh Variabel X2 (Brand Image) terhadap Y (Keputusan Pembelian)	32
1.7.3. Pengaruh Variabel X3 (Harga) terhadap Y (Keputusan Pembelian).....	33
1.7.4. Pengaruh Variabel X1 (Gaya Hidup), X2 (Brand Image), X3 (Harga) terhadap Y (Keputusan Pembelian).....	33
1.8. Kerangka Penelitian	34
1.9. Hipotesis	35
1.10. Definisi Konsep	35
1.11. Definisi Operasional.....	37
1.12. Metode Penelitian	40
1.12.1. Tipe Penelitian.....	40

1.12.2. Populasi dan Sampel	40
1.12.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	41
1.12.4. Skala Pengukuran	41
1.12.6. Teknik Pengumpulan Data.....	42
1.12.7. Teknik Pengolahan Data	43
1.12.8. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
3. Uji Regresi Sederhana.....	45
4. Uji Regresi Linear Berganda	46
5. Koefisien Korelasi	47
BAB II GAMBARAN UMUM	53
2. 1 Gambaran Umum Perusahaan Samsung	53
2.1. 1 Sejarah Perkembangan Samsung	53
2.1. 2 Perkembangan Samsung di Indonesia.....	54
2. 2 Visi dan Misi Perusahaan Samsung	55
2.2. 1 Visi	55
2.2. 2 Misi	56
2. 3 Logo Perusahaan	56
2. 4 Struktur Organisasi Samsung Store Plaza Simpang Lima Semarang	58
2. 5 Produk <i>Smartphone</i> Samsung	59
2.6 Karakteristik Responden.....	62
2.6. 1 Umur Responden.....	62
2.6. 2 Jenis Kelamin Responden.....	63
2.6. 3 Status Marital Responden.....	64
2.6. 4 Pendidikan Terakhir Responden	65
2.6. 5 Pekerjaan Responden	66
2.6. 6 Pendapatan Responden.....	67

2.6. 7 Lama Pemakaian Penggunaan <i>Smartphone</i> Samsung Responden.....	67
2.6. 8 Type <i>Smartphone</i> Samsung Responden	68
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
3. 1 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.1. 1 Uji Validitas	70
3.1. 2 Uji Reliabilitas	75
3. 2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	77
3.2. 1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X1)	77
3.2. 6 Kategorisasi Variabel Harga (X3).....	95
3. 3 Analisis Pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	103
3.3. 1 Koefisien Korelasi.....	103
3.3. 4 Uji t.....	105
3. 4 Analisis Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	106
3.4 1 Uji Koefisien Korelasi.....	106
3.4 4 Uji t.....	109
3. 5 Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	110
3.5. 1 Uji Koefisien Korelasi.....	110
3.5. 4 Uji t.....	113
3. 6 Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	114
3.6. 1 Uji Koefisien Korelasi Linear Berganda	114
3.6. 4 Uji F.....	117
3. 7 Pembahasan.....	120
BAB IV PENUTUP	128
4. 1 Kesimpulan	128
4. 2 Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 1. 2 Aspek Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 1. 3 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 1. 4 Kurva Distribusi Uji t.....	49
Gambar 1. 5 Kurva Distribusi Uji F	50
Gambar 2. 1 Logo Samsung	57
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Samsung Store Plaza simpang Lima.....	58
Gambar 3. 1 Pengujian hipotesis dengan t-test variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian.....	106
Gambar 3. 2 Pengujian hipotesis dengan t-test variabel brand image terhadap keputusan pembelian.....	110
Gambar 3. 3 Pengujian hipotesis dengan t-test variabel harga terhadap keputusan pembelian	114
Gambar 3. 4 Pengujian hipotesis dengan t-test variabel gaya hidup, brand image, dan harga terhadap keputusan pembelian	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Smartphone tahun 2023	3
Tabel 1. 2 Market Share Global Smartphone	4
Tabel 1. 3 Data Penjualan Smartphone Samsung tahun 2019-2021	5
Tabel 1. 4 Dimensi Gaya Hidup	19
Tabel 1. 5 Penelitian terdahulu	28
Tabel 1. 6 Instrument Skala Likert	42
Tabel 1. 7 Korelasi Nilai r	47
Tabel 2. 1 Produk Smartphone merek Samsung	59
Tabel 2. 2 Umur Responden.....	63
Tabel 2. 3 Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 2. 4 Status Marital Responden	64
Tabel 2. 5 Pendidikan Terakhir Responden	65
Tabel 2. 6 Pekerjaan responden.....	66
Tabel 2. 7 Pendapatan Responden.....	67
Tabel 2. 8 Berapa lama menggunakan Smartphone Samsung	68
Tabel 2. 9 Type smartphone yang digunakan.....	69
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1).....	71
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X2).....	73
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas variabel Harga (X3)	74
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	75
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 3. 6 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup	77
Tabel 3. 7 Kategorisasi Variabel Gaya Hidup.....	88
Tabel 3. 8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Brand Image	89
Tabel 3. 9 Kategorisasi Variabel Brand Image	92
Tabel 3. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga.....	93

Tabel 3. 11 Kategorisasi Variabel Harga	97
Tabel 3. 12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian....	98
Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	102
Tabel 3. 14 Hasil Uji Korelasi Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 3. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	104
Tabel 3. 16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Gaya Hidup.....	104
Tabel 3. 17 Hasil Uji Korelasi Brand Image dengan Keputusan Pembelian	107
Tabel 3. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	108
Tabel 3. 19 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Brand Image	108
Tabel 3. 20 Hasil Uji Korelasi Harga dengan Keputusan Pembelian	111
Tabel 3. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	112
Tabel 3. 22 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga.....	112
Tabel 3. 23 Hasil Uji Korelasi Berganda	115
Tabel 3. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	116
Tabel 3. 25 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	116
Tabel 3. 26 Uji F.....	118
Tabel 3. 27 Ringkasan Pembahasan	120