

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
MIEL DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

MEISKE.TAKALAWESANG

13110012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

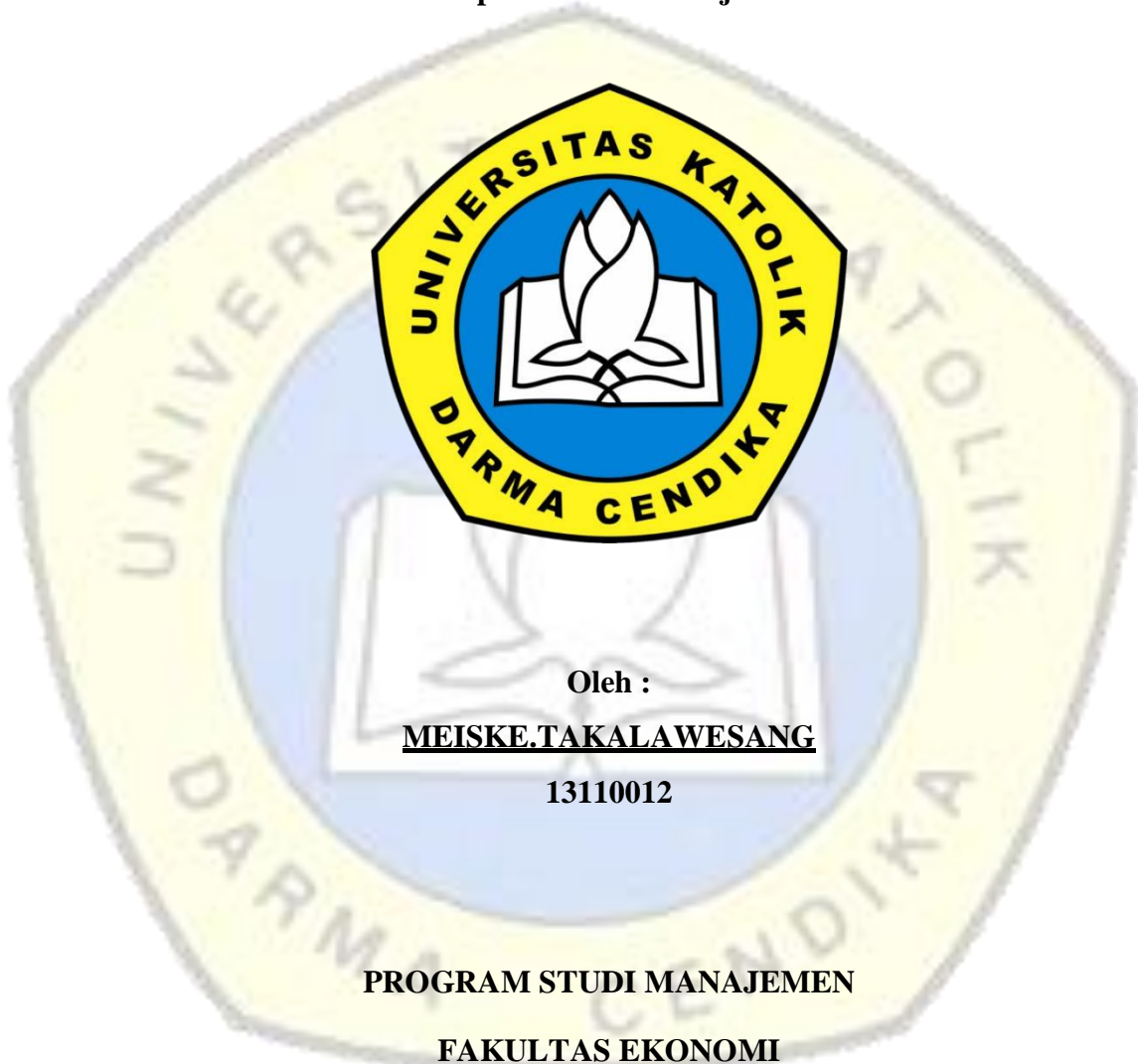
SURABAYA

2018

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
MIEL DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

MEISKE.TAKALAWESANG

13110012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

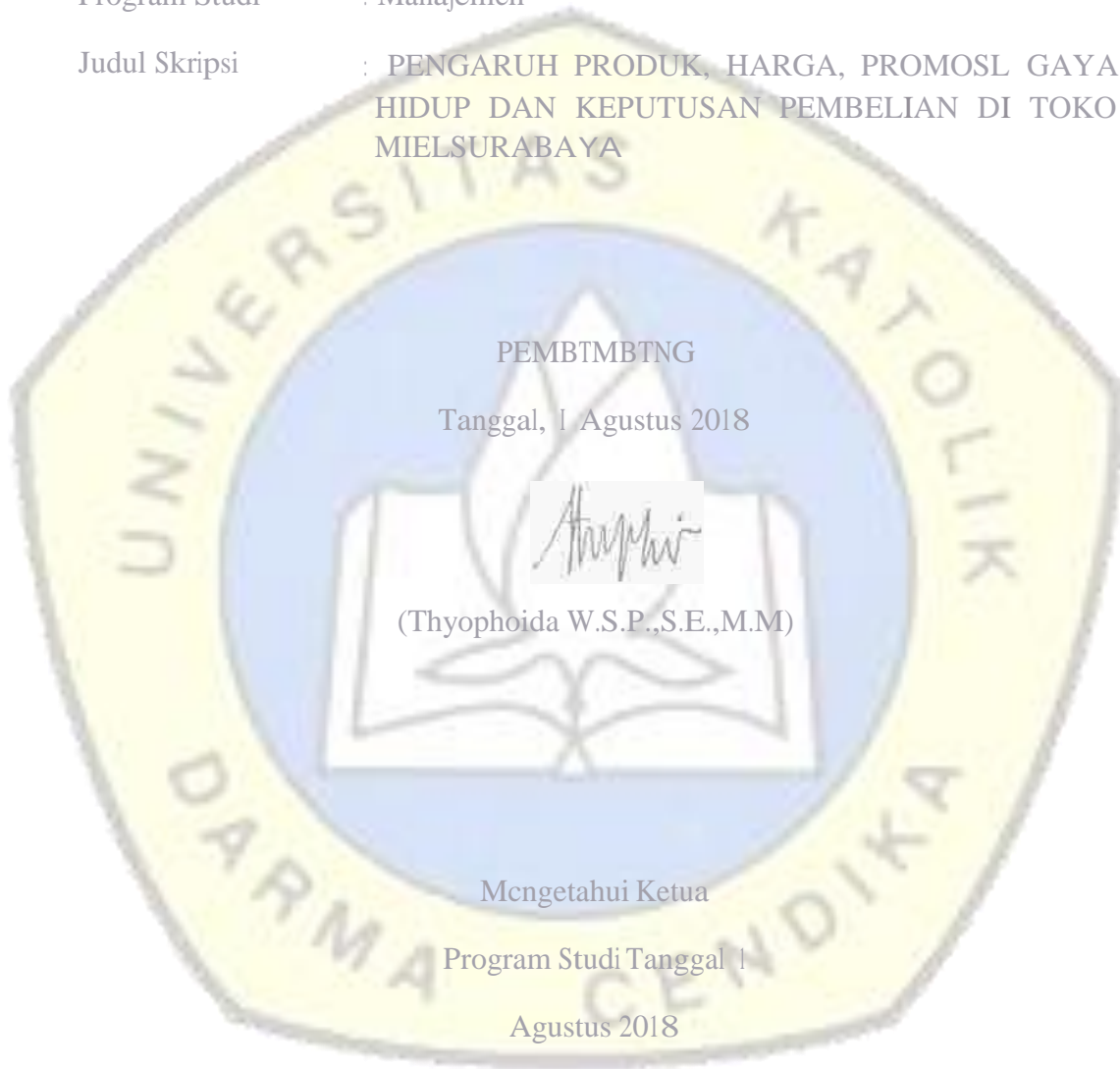
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Meiske Takalawesang
NPM : 13110012
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI GAYA
HIDUP DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
MIELSURABAYA



PEMBTMBTNG

Tanggal, 1 Agustus 2018

(Thyophoida W.S.P., S.E., M.M)

Mengetahui Ketua

Program Studi Tanggal 1

Agustus 2018

(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh MEISKE T dengan NPM 13110012

Telah diuji pada tanggal 1 Agustus 2018

Dinyatakan LUUTS oleh :

Ketua Tim Penguji




Ora. Maria Widyastuti, M.M

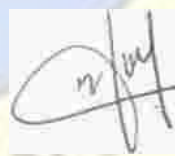
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonorni.

Kctua Program Studi,



(Thyphoida W.S.P.,S.E.,M.M)



(Lilik Indrawati, S.E., M.M)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, GAYA HIDUP DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MIELSURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Jurusan : Manajemen

Pada Hari, Rabu Tanggal 1 Agustus 2018
Disusun oleh:

Nama : Meiske Takalawesang

NPM : 13110012

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

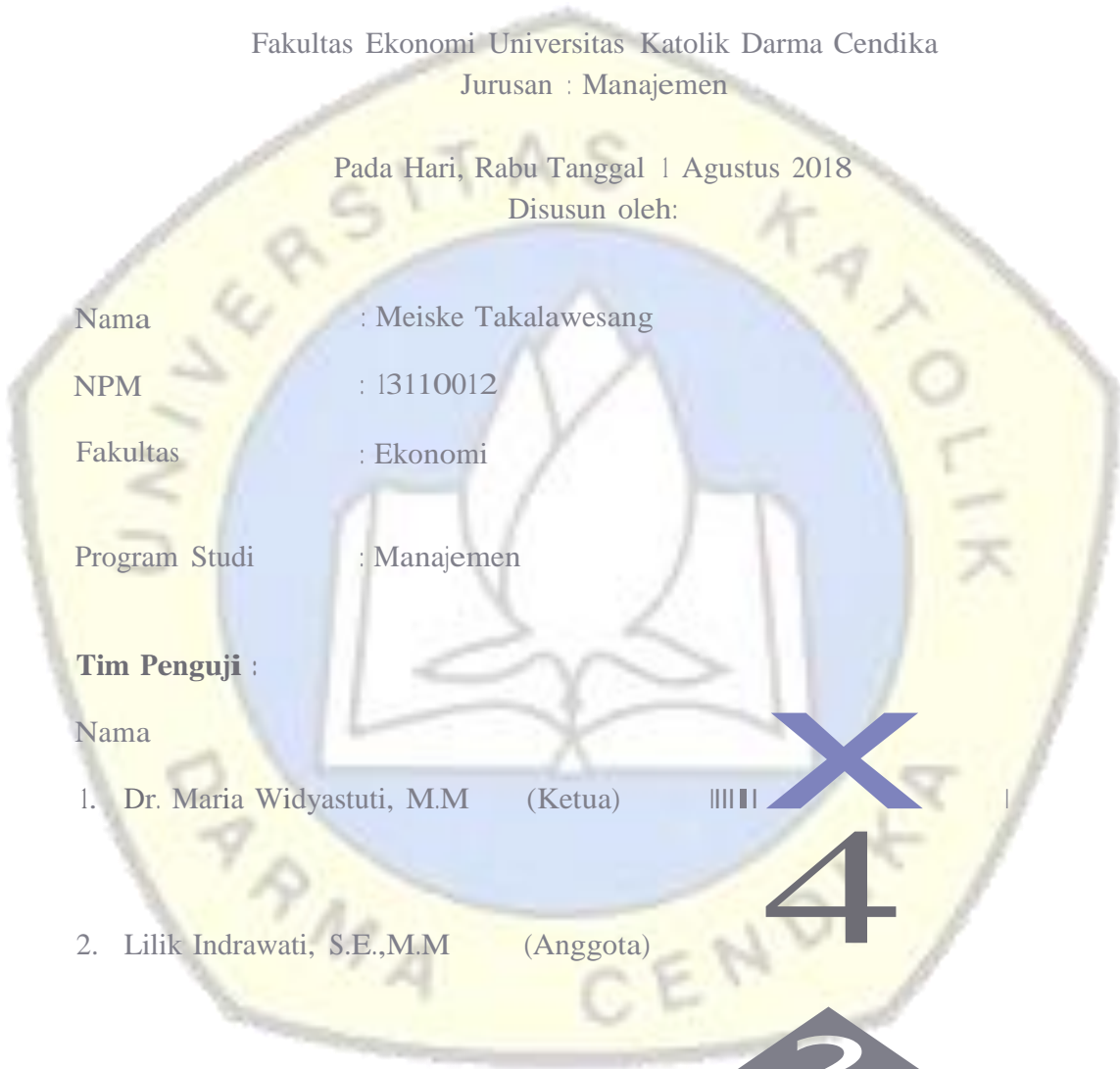
Tim Penguji :

Nama

1. Dr. Maria Widyastuti, M.M (Ketua) |||||

2. Lilik Indrawati, S.E.,M.M (Anggota)

3. Thyophoida Wsp S.E.,M.M (Anggota)



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Meiske Takalawesang

Program Studi : Manajemen

Alamat asli : Sulawesi (Palu)

NPM : 13110012

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI GAYA HIDUP DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MIEL SURABAYA.

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya,



Meiske Takalawesang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang maha kuasa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian di Toko Miel Surabaya”. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi (S.E) program strata satu (S-1) Fakultas Eekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak RD. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Lilik Indrawati S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika. Selaku Dosen wali,selaku Dosen Penguji 2 (dua) yang telah dengan sabar mendamping, membantu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi saya sehinggah dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Thyophoida W.S.P.,S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas EkonomiUniversitas Katolik Darma Cendika. Selaku Dosen pembimbing skripsi sekaligus Dosen Penguji 3 (tiga)yang telah dengan sabar mendamping, membantu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi saya sehinggah dapat terselesaikan dengan baik.

4. Ibu Dr. Maria Widyastuti, M.M selaku dosen penguji 1 (satu) yang juga membantu memberikan masukan dalam perbaikan skripsi saya.
5. Seluruh dosen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah dengan sabar mendidik saya selama masa perkuliahan.
6. Kepada keluarga tercinta, Papa, Mama, Lisna, Lisa, Iwan, Alfin dan keluarga besarku yang selalu mendukung doa dan semangat serta cinta yang menguatkan penulis untuk tetap melangka terus dalam mengejar cita-cita.
7. Kepada ibu Indrianti Tanty dan Bapak Michael Satrya T atas dukungan doa dan semangat menjadi Mentor yang baik selama penulis menempuh pendidikan sarjana.
8. Kepada Mega, Isyo, Edry, Abadia, Agnes, Yongky, Hotlan, Risky, Anton, Vena, Angky, Ikha, Nus, Yoan, Alfian, Aji, Willy, Panji, Uluh. Atas dukungan doanya semasa penulisan skripsi.
9. Seluruh teman-teman seperjuanganku di Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membantu saya.

Selain pihak-pihak yang penulis sebut diatas, banyak-banyak pihak lain yang turut mendukung, memberi semangat, dan memberi masukan dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Akhirnya penulis berhadap skripsi ini tidak bermanfaat bagi semua mahasiswa/i Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Surabaya, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR TABEL..... viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

ABSTRAK x

ABSTRACT..... xi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah 1

1.2 Rumusan masalah 5

1.3 Tujuan penelitian 6

1.4 Manfaat penelitian 6

BAB 11 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori 7

2.1.1 Pemasaran 7

2.1.1.1 Pengertian Pemasaran 7

2.1.1.2 Konsep Pemasaran 8

2.1.2 PRODUK 10

2.1.2.1 Definisi Produk 10

2.1.2.2 Bauran Produk.....	10
2.1.2.3 Atribut Produk.....	10
2.1.2.4 Tingkat Produk.....	10
2.1.2.5 Dimensi Produk	10
2.1.3 HARGA	12
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	12
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga	15
2.1.3.3 Peranan Harga.....	15
2.1.3.4 Faktor-Faktor Penetapan Harga	14
2.1.3.5 Dimensi Harga	15
2.1.4 PROMOSI	15
2.1.4.1 Definisi Promosi	15
2.1.4.2 Tujuan Promosi	15
2.1.4.3 Bauran Promosi.....	15
2.1.4.4 Faktor-faktor Promosi.....	15
2.1.4.3.5 Dimensi Promosi.....	15
2.1.5 GAYA HIDUP	16
2.1.5.1 Definisi Gaya Hidup.....	16
2.1.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	20
2.1.6 KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	21
2.1.6.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	21
2.1.6.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian...21	
2.1.7 Pengaruh antar Variabel.....	21
2.1.7.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21

2.1.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.1.7.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.1.7.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.1.8 PENELITIAN TERDAHULU.....	21
2.1.9 RERANGKA PEMIKIRAN.....	21
2.10 KERANGKA KONSEPTUAL.....	21
2.11 HIPOTESIS PENELITIAN.....	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	22
3.2 Pendekatan penelitian dan sumber data	22
3.2.1 Pendekatan Penelitian	22
3.2.2 Sumber Data	22
3.3 Variabel Penelitian	23
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran	24
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.4.2 Teknik Pengukuran Variabel.....	24
3.5 Populasi dan Sampel	26
3.5.1 Populasi	26
3.5.2 Sampel	27
3.6 Metode Penelitian dan Teknik analisis data	28
3.6.1 Metode Pengumpulan	28
3.6.2 Teknik Analisis Data	30
3.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.6.3.1 Uji Validitas	34

3.6.3.2 Uji Reliabilitas	34
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.4.1 Uji Normalitas	34
3.6.4.2 Uji Multikoliniertas	34
3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas	34
3.6.5 Analisa Regresi Berganda	34
3.6.5.6 Uji Koefisien Deteminan	34
3.6.7 Penguji Hipotesis	34
3.6.7.1 Uji t	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran umum objek penelitian	36
4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan	36
4.1.2 Struktur Organisasi	36
4.2 Deskripsi hasil penelitian	37
4.2.1 Jenis kelamin responden penelitian	38
4.2.2 Pekerjaan responden penelitian	38
4.3 Analisa data dan pembahasan	39
4.3.1 Analisa data	39
4.3.1.1 Uji validitas dan Reliabilitas	39
4.3.1.2 Uji Validitas	41
4.3.1.3 Uji Reliabilitas	47
4.3.1.4 Uji Asumsi Klasik	51
4.3.1.5 Analisa Regresi Linier Berganda	51
4.3.1.6 Analisis Deteminasi	51

4.3.1.7 Hipotesis..... 51

4.3.1.4.8 Uji t 51

BAB V PENUTUP

5.1 SIMPULAN 61

5.2 SARAN 62

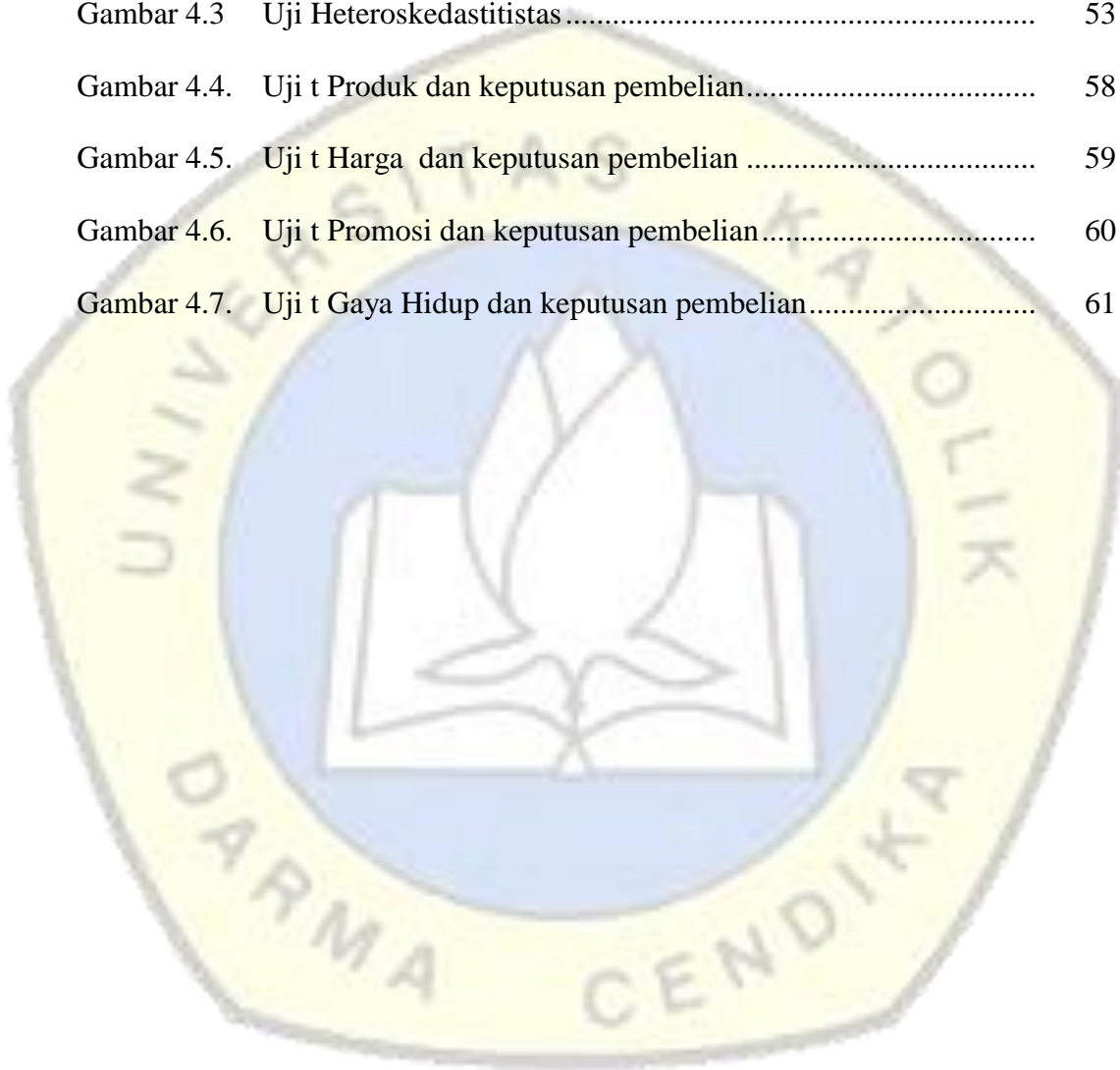
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



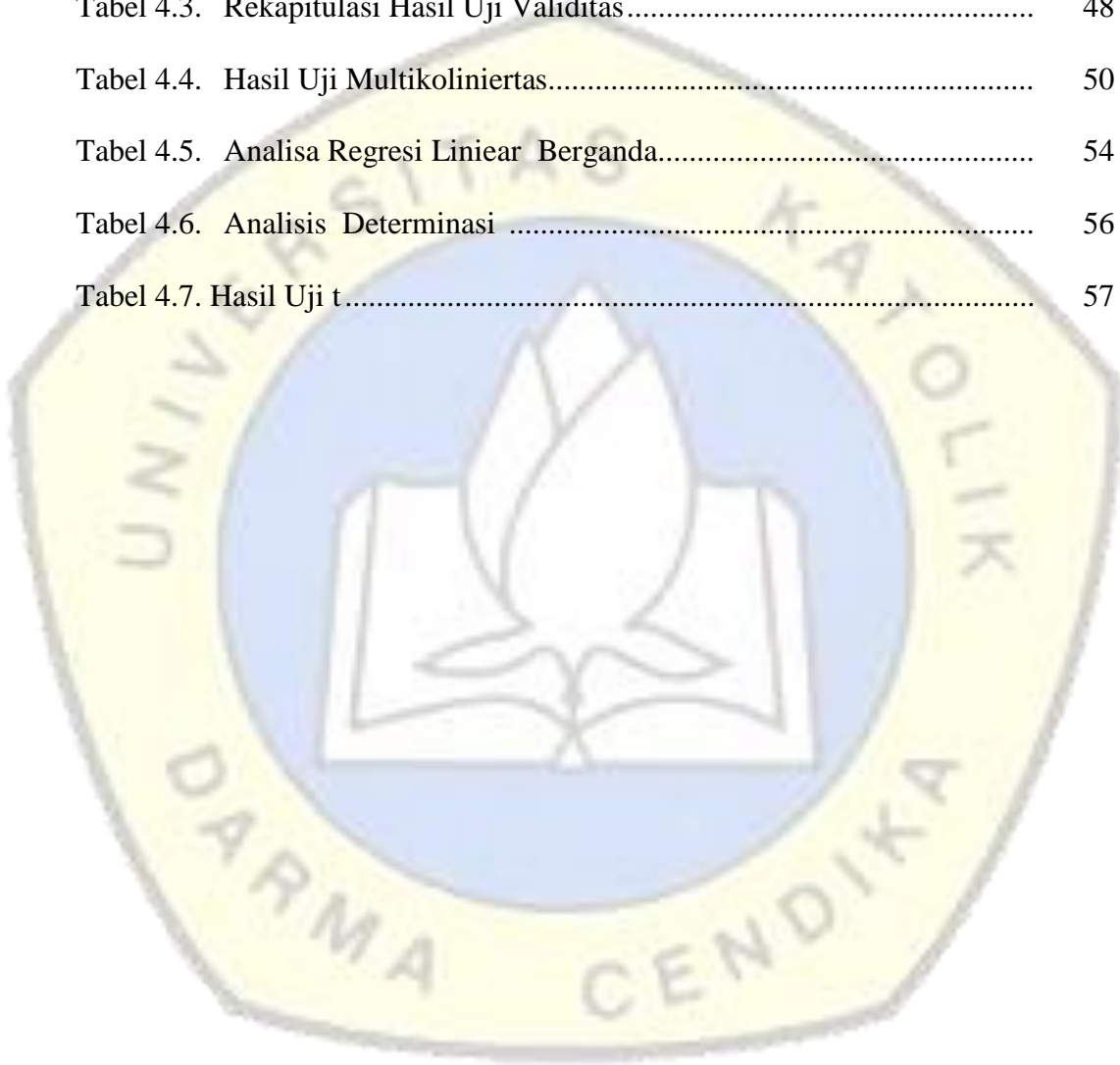
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Rerangka Pemikiran	25
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	43
Gambar 4.2. Uji Normalitas	52
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastitas	53
Gambar 4.4. Uji t Produk dan keputusan pembelian.....	58
Gambar 4.5. Uji t Harga dan keputusan pembelian	59
Gambar 4.6. Uji t Promosi dan keputusan pembelian.....	60
Gambar 4.7. Uji t Gaya Hidup dan keputusan pembelian.....	61



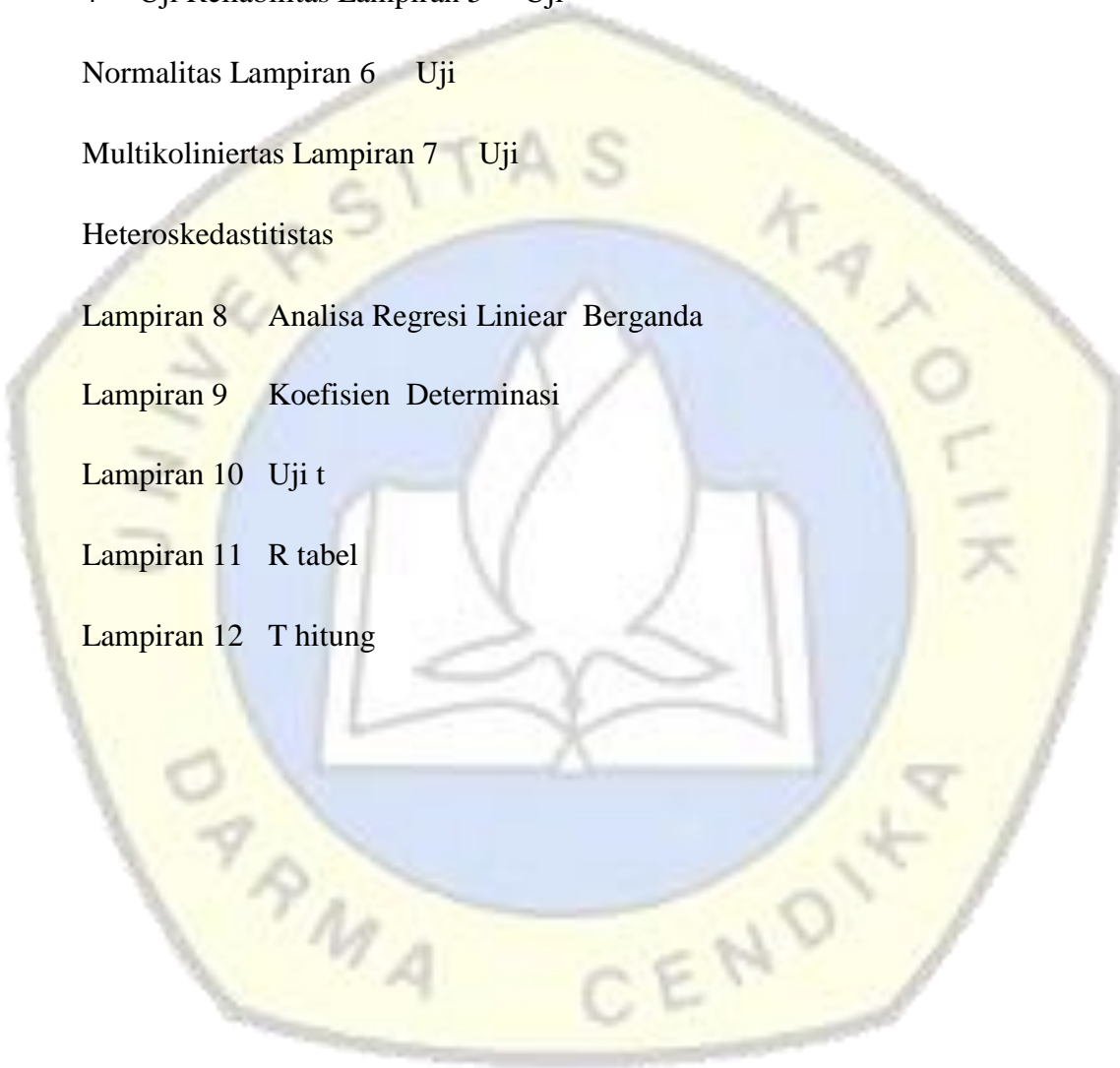
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Nilai Skala Likert	30
Tabel 3.2. Indenden Korelasi Nilai R^2	30
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.3. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.4. Hasil Uji Multikoliniertitas.....	50
Tabel 4.5. Analisa Regresi Liniear Berganda.....	54
Tabel 4.6. Analisis Determinasi	56
Tabel 4.7. Hasil Uji t.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Hasil Isian Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas Lampiran
- 4 Uji Reliabilitas Lampiran 5 Uji
- Normalitas Lampiran 6 Uji
- Multikoliniertas Lampiran 7 Uji
- Heteroskedastitistas
- Lampiran 8 Analisa Regresi Liniear Berganda
- Lampiran 9 Koefisien Determinasi
- Lampiran 10 Uji t
- Lampiran 11 R tabel
- Lampiran 12 T hitung



ABSTRAK

Oleh :
Meiske T

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat baik dibidang produk dan jasa. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis pakaian yang berada di Surabaya. Toko Miel adalah salah satu bisnis pakaian yang berada di Surabaya. Toko Miel harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan. Toko Miel harus membuat beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat meningkatkan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Random Sampling Method*. Sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden SPSS yang melakukan penelitian pada Toko Miel. kemudian dilakukan analisis terhadap data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi : Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan koefisien determinasi (R^2) serta pengujian hipotesis melalui uji t.

Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,606 + 0,166 X_1 + 0,183 X_2 + 0,452 X_3 + 0,460 X_4.$$

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 21. Diketahui bahwa nilai Adjusted R square sebesar 57,4 % artinya kontribusi produk, harga, promosi, gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 57,4 % (Sedang). Variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana $t_{hitung}(1,554) < t_{tabel}(1,966)$ dengan nilai signifikan $0,124 > 0,05$. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana $t_{hitung}(1,629) < t_{tabel}(1,966)$ dengan nilai signifikan $0,107 > 0,05$. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana $t_{hitung}(3,626) > t_{tabel}(1,966)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana $t_{hitung}(4,204) > t_{tabel}(1,966)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : *produk, harga, promosi, gaya hidup dan keputusan pembelian.*

ABSTRACT

By:

Meiske T

Competition in the business world today is getting tighter both in the field of products and services. This was also felt by the clothing business people in Surabaya. Miel Shop is one of the clothing businesses in Surabaya. The Miel Store must know the factors that influence customer decisions. The Miel Store must make several improvements and innovations that can increase its customers. This study aims to determine the effect of product, price, promotion, lifestyle on purchasing decisions. The sampling method used is Random Sampling Method. The sample in this study amounted to 100 SPSS respondents who conducted research on the Miel Store. then analyzed the data quantitatively. Quantitative analysis includes: Validity test, reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis and determination coefficient (R^2) and hypothesis testing through t test.

The data that has fulfilled the validity, reliability test and classical assumption test are processed so as to produce the regression equation as follows:

$$Y = 0,606 + 0,166 X_1 + 0,183 X_2 + 0,452 X_3 + 0,460 X_4$$

Based on the results of data management using SPSS version 21. It is known that the value of Adjusted R square of 57.4% means the contribution of the product, price, promotion, lifestyle to the purchase decision of 57.4% (Medium). Product variables have no significant effect on purchasing decisions where t count (1.554) < t table (1.966) with a significant value of 0.124 > 0.05. Price variable has no significant effect on purchasing decisions where t count (1.629) < t table (1.966) with a significant value of 0.107 > 0.05. Promotion variables have a significant effect on purchasing decisions where t count (3.626) > t table (1.966) with a significant value of 0.000 < 0.05. Lifestyle variables have a significant effect on purchasing decisions where t count (4.204) > t table (1.966) with a significant value of 0.000 < 0.05.

Keywords: *product, price, promotion, lifestyle and purchasing decision.*

