

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
IPHONE PADA GENERASI Z DI KOTA
JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

NURUL MUSTOFIA

NIM: 241.20.08119



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
IPHONE PADA GENERASI Z DI KOTA
JAKARTA TIMUR**

Oleh:

Nama : NURUL MUSTOFIA
NIM : 241.20.08119
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Sentot Eko Baskoro S.Si, MM., MH.

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
IPHONE PADA GENERASI Z DI KOTA
JAKARTA TIMUR**

Oleh:

Nama : NURUL MUSTOFIA
NIM : 241.20.08119
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 10 Agustus 2024
Waktu : 15:40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Rizal Bakti, SE., MM (.....)

Anggota : Sugiharto, SH., MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NURUL MUSTOFIA
NIM : 241.20.08119
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl. Hadidji RT012/RW002 Kel. Rambutan. Kec. Ciracas. Kota
Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 10 Agustus 2024

NURUL MUSTOFIA

ABSTRAK

NURUL MUSTOFIA. NIM 241.20.08119. Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Generasi Z di Kota Jakarta Timur.

Latar belakang masalah ini mengacu pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone iPhone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur. Adapun permasalahan yang dihadapi adalah para generasi Z cenderung memiliki gaya hidup yang terintegrasi dengan teknologi. Perusahaan perlu menyadari bahwa sebagian konsumen bisa membuat keputusan pembelian tanpa pertimbangan yang matang, tanpa perencanaan, bahkan hanya untuk gaya-gayaan semata.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendalami dan menganalisis bagaimana faktor-faktor seperti gaya hidup, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian smartphone iPhone di kalangan generasi Z di Kota Jakarta Timur. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dan menerapkan analisis regresi linier berganda. Sampel sebanyak 100 responden dipilih menggunakan metode purposive sampling.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa sebesar 28.9% dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone iPhone dapat dijelaskan oleh gaya hidup, harga, dan kualitas produk. Sisanya, sebesar 71.1%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan atau tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel gaya hidup, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (14,387) > F_{tabel} (2,700)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4,329)$ dan variabel kualitas produk menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3.164)$ dimana $t_{tabel} (1,984)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone iPhone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur. Adapun variabel gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone dengan nilai hasil analisis $t_{hitung} (1,945)$. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone iPhone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur adalah variabel harga.

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

ABSTRACT

NURUL MUSTOFIA. NIM 241.20.08119. *The Influence of Lifestyle, Price, and Product Quality on Generation Z's iPhone Smartphone Purchase Decision in East Jakarta City.*

The background of this issue refers to the factors influencing the purchasing decisions of iPhone smartphones by Generation Z in East Jakarta. The problem faced is that Generation Z tends to have a lifestyle that is integrated with technology. Companies need to realize that some consumers may make purchasing decisions impulsively, without careful consideration or planning, and purely for fashion or trends.

The aim of this study is to delve into and analyze how factors such as lifestyle, price, and product quality influence the purchasing decisions of iPhone smartphones among Generation Z in East Jakarta. This research employs a survey approach, gathering data through questionnaires and applying multiple linear regression analysis. A sample of 100 respondents is selected using purposive sampling method.

The regression test results show that 28.9% of factors influencing the purchase decision of iPhone smartphones can be explained by lifestyle, price, and product quality. The remaining 71.1% is attributed to other factors not included or studied in this research. The F-test result indicates that collectively, lifestyle, price, and product quality have a positive and significant impact on purchasing decisions, with an F-test value (14.387) greater than the critical F-value (2.700). The t-test results indicate that price shows a t-value (4.329) and product quality shows a t-value (3.164), both exceeding the critical t-value (1.984). Thus, individually, both variables have a positive and significant influence on the purchase decision of iPhone smartphones among Generation Z in East Jakarta. However, lifestyle does not have a positive and significant impact on the purchase decision, as indicated by its t-value (1.945). The dominant variable influencing the purchase decision of iPhone smartphones among Generation Z in East Jakarta is the price variable.

Keywords: Lifestyle, Price, Product Quality, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada generasi Z di Kota Jakarta Timur ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk melakukan pembelian produk iphone khususnya pada generasi Z. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut guna memberikan wawasan yang lebih baik tentang perilaku konsumen para generasi Z dan mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka pada saat ini maupun masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mildy Rifai SE, MM (cand) selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan baik
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Eko Yuliawan, SE, M.Si selaku wakil ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen STIE GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi.
5. Bapak Sentot Eko Baskoro, S.SI, MM, MH selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan serta memberikan saran penulis dari awal hingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici.
7. Kepada Almarhumah Ibu Wahyuni binti Sutino, ibunda tercinta, yang sudah menjadi orang tua terhebat, terimakasih atas kepercayaan yang diberikan semasa hidup kepada penulis untuk melanjutkan Pendidikan kuliah, terimakasih atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa, materi, motivasi, nasehat, perhatian dan pengorbanan yang diberikan.
8. Kepada seluruh keluarga besar peneliti dengan tulus dan penuh rasa syukur peneliti mengucapkan terimakasih yang tiada henti sudah senantiasa memberikan doa serta semangat dalam setiap langkah peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Seluruh teman-teman Angkatan 2020 yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan dari awal hingga akhir.
10. Kepada sahabat tersayang Arfiana Salmaa terimakasih sudah selalu ada dan senantiasa menemani serta memberikan dukungan mental, moral dan materi di setiap momen-momen tersulit.
11. Serta semua pihak yang terlibat dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari penyusunan proposal ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan proposal ini, peneliti memohon maaf dan bersedia menerima kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap agar penelitian dalam proposal ini dapat bermanfaat dikemudian hari dan berguna bagi semua pihak.

Depok, 10 Agustus 2024
Penulis,

NURUL MUSTOFIA
NIM: 241.20.08119

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1 Gaya Hidup	9
1. Pengertian Gaya Hidup	9
2. Pengukuran Gaya Hidup	11
3. Indikator - indikator Gaya Hidup	12
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya hidup	13
4.2.1 Harga	14
1. Pengertian Harga	15
2. Indikator-indikator Harga	15
3. Tujuan Penetapan Harga	16
4. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	18
4.2.2 Kualitas Produk	19
1. Pengertian Kualitas Produk	19
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	20
3. Indikator-indikator Kualitas Produk	20

4.2.3 Keputusan Pembelian.....	21
1. Proses Keputusan Pembelian.....	22
2. Indikator-indikator Keputusan Pembelian.....	23
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian...	24
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Konseptual	31
2.4. Hipotesis	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2. Jenis Penelitian	33
3.3. Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5.1 Variabel Bebas.....	36
3.5.2 Variabel Terikat	36
3.6. Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Skala Pengukuran.....	38
3.6.2 Analisis Linier Berganda.....	39
3.6.3 Uji Kualitas Data.....	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas.....	41
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	42
1. Uji Normalitas	42
2. Uji Multikolinieritas	43
3. Uji Heteroskedastisitas	43
3.6.5 Uji Hipotesis	43
1. Uji F (Uji Simultan)	44
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
3. Uji Parsial (Uji t)	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Hasil Penelitian.....	47
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.2. Karakteristik Responden	48
4.1.3. Tanggapan Responden	49
1. Gaya Hidup (X_1).....	50

2. Harga (X_2)	51
3. Kualitas Produk (X_3)	52
4. Keputusan Pembelian (Y)	54
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	56
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas.....	61
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
1. Uji Normalitas	62
2. Uji Multikolinieritas	63
3. Uji Heteroskedastisitas	63
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	64
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	65
2. Hasil Uji F (Uji Simultan)	66
3. Koefisien Determinasi.....	66
4. Hasil Uji t (Uji Parsial).....	67
5. Pengaruh Dominan	68
4.2. Pembahasan	68
4.2.1 Hasil Hipotesis	69
4.2.2 Hasil Relevan	70
BAB V. KESIMPULAN	71
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.3 Bobot Penilaian skala interval	39
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	48
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Gaya Hidup	50
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Diskon Harga	51
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	57
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	58
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	63
Tabel 4.12. Hasil Uji Glesjer	64
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Berganda	65
Tabel 4.14. Hasil Uji F	66
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.16. Hasil Uji t (Uji Parsial)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Kepemilikan Smartphone	2
Gambar 1.2 Volume Pengiriman	2
Gambar 1.3 Usia Pengguna Produk Apple.....	3
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	31
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram.....	62
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	62
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar	79
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 3. Tabulasi Data	84
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	86
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	97
Lampiran 6. Plagiarism Checker.....	98
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	108
Lampiran 8. Surat Pernyataan Keaslian Penelitian	109