



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *APPLE* IPHONE DI PS
STORE CONDET**

SKRIPSI

Muhammad Arfiansyah P

1502025296

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *APPLE* IPHONE DI PS
STORE CONDET**

SKRIPSI

Muhammad Arfiansyah P

1502025296

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI *PS STORE CONDET*”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan, serta keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 16 Agustus 2019
Yang Menyatakan,



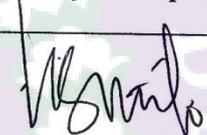
Muhammad Arfiansyah P
1502025296

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH LIFESTYLE DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI PS STORE CONDET

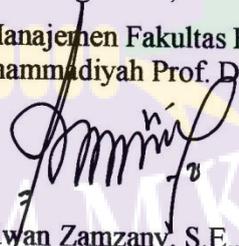
NAMA : MUHAMMAD ARFIANSYAH P
NIM : 1502025296
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
TAHUN AKADEMIK : 2019

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Eti Rochaeti, S.E., MM.	
Pembimbing II	Budi Permana Yusuf, S.E., M.M	

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA**


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :
**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI PS STORE CONDET**

yang disusun oleh:
Muhammad Arfiansyah P
1502025296

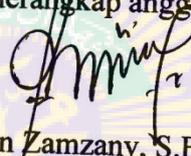
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Pada tanggal : 28 Agustus 2019

Tim Penguji:

Ketua, merangkap anggota :



(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Emaridial Ulza, S.E., MA.)

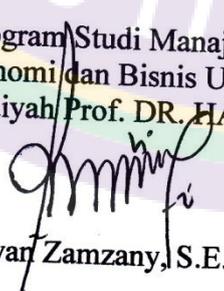
Anggota :



(Dr. Budi Permana Yusuf, M.M.)

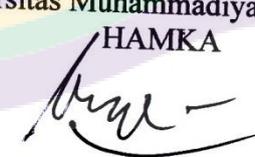
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA



Dr. Nuryadi Wijiharjono, M.M.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Arfiansyah P
NIM : 1502025296
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI PS STORE CONDET”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Agustus 2019
Yang Menyatakan,



(Muhammad Arfiansyah P)

ABSTRAKSI

Muhammad Arfiansyah P (1502025296)

PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI PS STORE CONDET

Skripsi, Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta

Kata Kunci : *Lifestyle, Price* , Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Lifestyle* dan *Price* terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone studi kasus pada konsumen di PS Store Condet

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Iphone di PS Store Condet. Teknik pemilihan sampel menggunakan *slovin* diperoleh berjumlah 104 orang responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi parsial, analisis koefisien korelasi berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Lifestyle* dan *Price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial variabel *Lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Iphone di PS Store Condet. Hasil penelitian ini bahwa kenaikan *Lifestyle* berdasarkan dari indikator memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, karena memilih Iphone untuk meningkatkan menunjang kebutuhan. Secara parsial variabel *Price* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet, karena harga Iphone di PS Store Condet sangat terjangkau.

ABSTRACT

Muhammad Arfiansyah P (1502025296)

EFFECT OF LIFESTYLE AND PRICE ON BUYING DECISION IPHONE PRODUCT AT PS STORE CONDET

Thesis, Bachelor degree management study program faculty of economics and business university Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Keywords: Lifestyle, Price, Buying Decision.

This study aims to determine the effect of Lifestyle and Price on Buying Decision Iphone Product at PS Store Condet.

This research uses quantitative method. The population in this research is Iphone consumers at PS Store Condet. The sample selection technique using Slovin was 104 respondents. Data collection techniques are carried out through questionnaires using a Likert scale. Data processing and analysis techniques used are descriptive analysis, multiple linear regression analysis, classical assumption test, partial correlation coefficient analysis, multiple correlation coefficient analysis and hypothesis testing.

The results of the study show that simultaneously the Lifestyle and Price variables have a significant influence on Buying Decision. Partially the Lifestyle variable has a positive and significant influence on Buying Decision at PS Store Condet. The results of this study that product quality increase based on indicators have an influence on buying decision, because using Iphone is their Lifestye everyday. Partially the Price variable has a positive influence on Buying Decision at PS Store Condet. This shows that the price of the Iphone at PS Store Condet is very affordable.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Lifestyle* dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone di PS Store Condet”. Tak lupa shalawat serta salam turunkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Penulis sangat berterima kasih kepada kedua orang tua tercinta karena atas doa yang tulus ikhlasnya.

Penyusunan proposal skripsi ini disusun sesuai dengan apa yang ingin penulis teliti. Maksud dan tujuan laporan proposal skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dan tahapan untuk memperoleh gelar S1 fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada orang-orang yang telah membantu menyusun laporan ini

1. Orang tua kandung yang selalu mendoakan dan memberi support maksimal agar skripsi ini dapat tersusun dengan baik dan benar.
2. Ibu Ety Rochaety, SE., M.M. selaku dosen pembimbing 1 skripsi yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam penyusunan proposal skripsi.
3. Bapak DR. Budi Permana Yusuf, M.M. selaku dosen pembimbing 2 skripsi yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam penyusunan proposal skripsi.

4. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharyono, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
5. Bapak Zulpahmi S.E, M.M, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
6. Bapak Sunarta SE,M.M, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
7. Bapak Tohirin, S.H.I, M.Pd.I selaku Wakil Dekan III & IV Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
8. Bapak Faizal Ridwan Zamzamy, SE.,M.M. selaku Kaprodi Manajemen.
9. Endah Widya Ningsih yang selalu memberikan dukungan, dan semangat serta mengingatkan apabila penulis kurang teliti terhadap penulisannya.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik membangun, saran, dan masukan dari pembaca demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 16 Agustus 2019



Muhammad Arfiansyah P

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI/INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi ii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.2.3 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	10
2.2 Telaah Pustaka	19
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.2 Pengertian Pemasaran	20
2.2.2.1 Konsep Pemasaran	20

2.2.2.2	<i>Bauran Pemasaran</i>	22
2.2.3	<i>Keputusan Pembelian</i>	24
2.2.3.1	<i>Pengertian Keputusan Pembelian</i>	24
2.2.3.2	<i>Proses Keputusan Pembelian Konsumen</i>	25
2.2.3.3	<i>Model dan Pengambilan Keputusan Konsumen</i>	26
2.2.3.4	<i>Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian</i>	27
2.2.4	<i>Lifestyle</i>	29
2.2.4.1	<i>Pengertian Lifestyle</i>	29
2.2.4.2	<i>Klasifikasi Lifestyle (Gaya Hidup)</i>	30
2.2.4.3	<i>Value and Lifestyle (Nilai dan Gaya Hidup)</i>	32
2.2.5	<i>Price</i>	33
2.2.5.1	<i>Pengertian Price (Harga)</i>	33
2.2.5.2	<i>Tujuan Penetapan Price (Harga)</i>	35
2.2.5.3	<i>Strategi Harga Produk Baru</i>	37
2.2.5.4	<i>Metode Penetapan Harga</i>	38
2.2.5.5	<i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Price (Harga)</i>	40
2.2.5.6	<i>Dimensi dan Indikator Harga</i>	42
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	43
2.3.1	<i>Keterkaitan Lifestyle (Gaya Hidup) Terhadap Keputusan Pembelian</i>	43
2.3.2	<i>Keterkaitan Price (Harga) Terhadap Keputusan Pembelian</i>	44
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	45
BAB III	METODE PENELITIAN	46
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	46
3.2	<i>Operasional Variabel</i>	47

3.3	Populasi dan Sampel.....	50
3.3.1	<i>Populasi</i>	50
3.3.2	<i>Sampel</i>	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1	<i>Waktu Pengumpulan Data</i>	51
3.4.1.1	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	51
3.4.2	<i>Uji Kualiditas Instrumen</i>	52
2.4.2.1	<i>Uji Validitas</i>	52
2.4.2.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	54
3.5	Teknik Pengelolahan dan Analisis Data.....	55
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan</i>	55
3.5.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	55
3.5.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	56
3.5.4	<i>Analisis Korelasi Regresi Linier Berganda</i>	59
3.5.4.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i>	59
3.5.4.2	<i>Uji Signifikansi Parameter Individual</i> <i>(Uji Statistik t)</i>	63
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i>	65
4.1.2	<i>Sejarah Singkat Iphone</i>	65
4.1.3	<i>Profil Singkat Perusahaan</i>	66
4.2	Hasil Pengolahan dan Data Pembahasan.....	66
4.2.1	<i>Identitas Responden</i>	66
4.2.2	<i>Analisis per Variabel</i>	68
4.2.2.1	<i>Lifestyle (X₁)</i>	68
4.2.2.2	<i>Price (X₂)</i>	73
4.2.2.3	<i>Keputusan Pembelian (Y)</i>	78
4.3	Uji Validitas Data.....	85
4.3.1	<i>Uji Validitas Kuesioner</i>	85
4.3.2	<i>Uji Reliabilitas Kuesioner</i>	87

4.3.3	<i>Analisis Deskriptif Statistik</i>	88
4.3.4	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	89
4.3.4.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i>	89
4.3.4.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	91
4.3.4.2.1	<i>Uji Normalitas</i>	91
4.3.4.2.2	<i>Uji Multikolinearitas</i>	93
4.3.4.2.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i>	94
4.3.4.2.4	<i>Uji Autokorelasi</i>	95
4.3.5	<i>Analisis Korelasi</i>	96
4.3.5.1	<i>Analisis Korelasi Parsial</i>	96
4.3.5.2	<i>Analisis Korelasi Simultan</i>	97
4.3.6	<i>Uji Hipotesis</i>	98
4.3.6.1	<i>Uji Statistik T</i>	98
4.3.6.2	<i>Uji Statistik F</i>	100
4.3.7	<i>Analisis Koefisien Determinasi</i>	101
4.4	<i>Interpretasi</i>	102
BAB V	PENUTUP	104
5.1	<i>Kesimpulan</i>	104
5.2	<i>Saran</i>	105
	DAFTAR PUSTAKA	107
	LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambaran Penelitian Terdahulu.....	13
2.	Operasional Variabel.....	46
3.	Skor Nilai Skala <i>Likert</i>	50
4.	Kriteria <i>Presentase</i> Tanggapan Responden.....	54
5.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier.....	59
6.	Jenis Kelamin.....	65
7.	Usia Responden.....	65
8.	Pendidikan Terakhir.....	66
9.	Penghasilan	66
10.	Iphone menunjang kegiatan sehari-hari.....	67
11.	Menggunakan Iphone merupakan gaya hidup sehari-hari	67
12.	Berminat pada produk Iphone karena untuk memenuhi kebutuhan.....	68
13.	Memilih Iphone untuk meningkatkan dan menunjang kebutuhan.....	68
14.	Performa Iphone sangat diperlukan untuk rutinitas ke seharian berdasarkan pekerjaan/hobi.....	69
15.	Iphone memiliki performa terbaik dibandingkan dengan <i>handphone</i> lain.....	70
16.	Pernyataan dari indikator <i>lifestyle</i> (X_1).....	70
17.	Harga Iphone di PS <i>Store</i> Condet sangat terjangkau.....	71
18.	Harga murah bervariasi sesuai dengan spesifikasi dan kondisi produk.....	71
19.	Harga Iphone di PS <i>Store</i> dapat bersaing dengan <i>seller</i> atau toko lain.....	72

20.	Harga Iphone di PS <i>Store</i> Condet mampu meningkatkan nilai penjualan.....	73
21.	Harga Iphone di PS <i>Store</i> Condet sesuai dengan apa yang diinginkan.....	73
22.	Harga Iphone di PS <i>Store</i> Condet terbilang murah untuk ukuran kualitas produk Iphone.....	74
23.	Harga Iphone sebanding dengan nilai manfaat yang didapat.....	74
24.	Harga Iphone di PS <i>Store</i> memiliki nilai manfaat yang sesuai dengan keinginan dibanding merk lain.....	75
25.	Pernyataan dari indikator <i>Price</i> (X_2).....	76
26.	Iphone menyediakan fitur-fitur yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.....	76
27.	Produk yang dijual di PS <i>Store</i> Condet dalam kondisi baik.....	77
28.	Mendapat informasi tentang Iphone di PS <i>Store</i> Condet dari orang lain.....	77
29.	Mencari informasi dari banyak sumber mengenai produk Iphone di PS <i>Store</i> Condet.....	78
30.	Membandingkan beberapa merk HP yang dijual di PS <i>Store</i> Condet.....	79
31.	Iphone menjadi pilihan utama setelah membandingkan dengan beberapa HP di PS <i>Store</i> Condet.....	79
32.	Memutuskan untuk membeli produk Iphone setelah mengevaluasi beberapa pilihan alternatif.....	80
33.	Merasa yakin dengan keputusan membeli produk Iphone di PS <i>Store</i> Condet.....	80
34.	Merasa puas dengan produk di PS <i>Store</i> Condet.....	81
35.	Merekomendasikan ke orang lain tentang produk Iphone di PS <i>Store</i> Condet.....	82
36.	Pernyataan dari indikator Keputusan Pembelian (Y).....	82

37.	Uji Validitas Variabel X_1 (<i>Lifestyle</i>).....	84
38.	Uji Validitas Variabel X_2 (<i>Price</i>).....	84
39.	Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	84
40.	Uji Reliabilitas X_1 (<i>Lifestyle</i>).....	85
41.	Uji Reliabilitas X_2 (<i>Price</i>).....	86
42.	Uji Reliabilitas Y (Keputusan Pembelian).....	86
43.	Analisis Statistik Deskriptif.....	87
44.	Regresi Linier Berganda.....	88
45.	Uji Normalitas.....	89
46.	Uji Multikolinieritas.....	91
47.	Hasil Uji Autokorelasi.....	93
48.	Koefisien Korelasi Parsial <i>Lifestyle</i> (X_1).....	94
49.	Koefisien Korelasi Parsial <i>Price</i> (X_2).....	95
50.	Hasil Koefisien Korelasi Berganda.....	95
51.	Koefisien Determinasi (R^2).....	96
52.	Uji Statistik T (Parsial).....	97
53.	Uji Statistik F (simultan).....	99

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Data Penjualan PS Store April 2019.....	4
2.	Data Penjualan PS Store Mei 2019.....	5
3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
4.	<i>Normal P-Plot of Regression Standarized Residual</i>	90
5.	<i>Scatterplot</i>	92

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	1/25
2.	Hasil Kuesioner.....	5/25
3.	Hasil Kuesioner <i>Lifestyle</i> (X_1).....	5/25
4.	Hasil Kuesioner <i>Price</i> (X_2).....	8/25
5.	Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y).....	11/25
6.	Hasil <i>Output</i> SPSS.....	14/25
7.	Hasil Uji Validitas Data.....	14/25
8.	Hasil Uji Reliabilitas.....	14/25
9.	Hasil Uji Normalitas.....	15/25
10.	Hasil Uji Multikolinearitas	16/25
11.	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	16/25
12.	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	17/25
13.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda X_1	17/25
14.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda X_2	17/25
15.	Hasil Analisis Linear Berganda.....	17/25
16.	Hasil Analisis Korelasi.....	18/25
17.	Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	18/25
18.	R-Tabel.....	19/25
19.	T-Tabel.....	20/25
20.	F-Tabel.....	21/25
21.	Surat Tugas.....	22/25
22.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing I.....	23/25
23.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing II.....	24/25
24.	Daftar Riwayat Hidup.....	25/25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia sehari-hari tidak terlepas dari kebutuhan untuk berkomunikasi antara yang satu dengan yang lain. Salah satu alat yang biasa digunakan manusia untuk berkomunikasi jarak jauh dalam rentang jarak dekat maupun jauh bisa menggunakan telepon genggam atau *handphone*. Teknologi *handphone* selalu mengalami kemajuan dari waktu ke waktu. Saat ini *handphone* yang mengadopsi teknologi yang mutakhir disebut sebagai *smartphone*. Walau pun canggih dan modern namun fungsi atau fitur standar tetap ada sama halnya seperti *handphone* yang masih menggunakan teknologi lama. Hal ini sangat disambut positif oleh setiap kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga kalangan dewasa, karena masyarakat merasa dimudahkan dalam berkomunikasi, mencari informasi tentang apapun yang dibutuhkan dan segala macam hiburan yang terdapat pada fitur. (organisasi.org, 2016)

Dimasa *millennial* sekarang ini *gadget* khususnya *Smartphone* diibaratkan seperti separuh nyawa bagi si pemiliknya dan tidak bisa jauh ataupun terlepas darinya walupun sehari saja, seperti merasakan ada yang sesuatu yang kurang didalam dirinya apabila tidak memegang, memandang dan memainkan *gadget* disetiap harinya. Contohnya ketika seseorang berpergian lalu lupa membawa *smartphone*-nya akibat terburu-buru lalu melihat teman-temannya maupun orang

lain sedang asik menggunakan *gadget*, maka timbulah rasa gelisah dalam diri orang yang lupa tersebut ingin melihat *smartphone*-nya dan memainkannya.

Apabila suatu saat *smartphone* yang dipergunakannya dimilikinya rusak ataupun hilang, maka dengan waktu yang singkat, orang tersebut akan mendatangi tempat perbaikan *smartphone* atau akan membeli *smartphone* yang baru untuk melengkapi hari-harinya agar tidak merasakan bosan dan kesepian. (kompasiana, 2014)

Saat ini *smartphone* dimanjakan dengan beraneka ragam aplikasi-aplikasi sosial media yang berkembang, para pengguna *smartphone* pun mampu berlama-lama dalam berselancar didunia maya dengan akses internet yang dimilikinya. Dimanapun dan kapanpun sering terlihat para pengguna *gadget* sedang asik memainkan gadgetnya khususnya *smartphone*, entah itu didalam ruangan, dijalan, diangkutan umum, mall, ketika sedang menunggu dan mengantri, sedang makan dan ditempat-tempat lainnya. Banyak juga orang-orang yang mengambil gambar-gambar dengan *smartphone* -nya ketika sedang beraktivitas maupun ketika berada disuatu tempat dengan panorama yang indah lalu mengabadikannya ke dalam akun sosial media miliknya. (detik, 2016)

Salah satu *smartphone* yang sangat diminati masyarakat saat ini merupakan *smartphone* keluaran brand asal Amerika, brand tersebut yaitu produk bermerek *Apple*. *Apple* dengan mengeluarkan produk *smartphone* *iPhone* dapat unggul di pasar dunia pada saat ini, dengan berbagai fitur penunjang kebutuhan gaya hidup pada masa millennial, *handphone* tersebut bisa dibilang paling kaya akan fitur-fitur yang ditawarkannya.

Fitur yang lengkap dan sistem keamanan yang tinggi yang ditawarkan Iphone menjadikan harga smartphone yang dikeluarkan oleh brand *Apple* ini memiliki harga yang bisa dibilang tidak murah, atau bisa disebut juga sebagai smartphone kelas atas ataupun *smartphone* kalangan elit.

Harga yang cukup tinggi tidak mempengaruhi tingkat penjualan yang sedikit,, smartphone ini tetap saja diminati oleh semua kalangan mulai dari kalangan menengah sampai kalangan atas. Berbagai cara dilakukan untuk mendapatkan produk Iphone ini, salah satunya adalah dengan membeli barang Second dari produk ini. Dengan membeli barang second, harga yang didapat akan jauh lebih murah, dan dengan kualitas yang tidak berbeda. (okezone, 2018)

Hal ini tidak terlepas dari faktor *lifestyle* (gaya hidup) pada masa kini. Gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian pada suatu barang yang akan didupakannya. Lingkungan, minat, dan kebiasaan sehari-hari merupakan faktor yang sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Gaya hidup merupakan pola seorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dengan lingkungannya. Kotler (2015:192)

Faktor *price* (harga) juga berpengaruh dalam proses keputusan pembelian pada produk Apple Iphone ini. Price (harga) terbilang salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. (Kotler dan Keller, 2015:67)

Faktor *price* (harga) baru yang masih terbilang tinggi ini menjadi peluang bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang penjualan handphone. Saat ini banyak toko handphone yang menjual hanya produk bekas tetapi dengan kualitas yang masih sama baiknya dengan kualitas HP baru.

Saat ini dengan adanya toko HP Second, para konsumen pun berfikir untuk lebih baik membeli HP second dengan kualitas sama baiknya dengan harga yang terbilang jauh lebih murah dibandingkan harga HP baru. Dengan mendapat HP murah, para konsumen pun sudah bisa memenuhi kebutuhan gaya hidupnya yang serba digital dan elektronik.

PS Store Condet memiliki toko sejenis dengan lokasi yang tidak jauh dari letak PS Store berdiri, yaitu I-Store Jakarta. I-Store Jakarta merupakan pengembangan dari PS Store Condet. Dari data yang sudah ada, gambar dibawah ini menunjukkan bagaimana tingkat ketersediaan barang yang ada di masing-masing toko.

Stock Handphone PS Store Condet Apr-19			Stock Handphone I-Store Jakarta Apr-19		
Merk	New	Second	Merk	New	Second
Apple	115	525	Apple	420	316
Fujitsu	0	120	Fujitsu	0	45
LG	0	126	LG	0	70
Oppo	98	241	Oppo	260	105
Samsung	200	378	Samsung	360	210
Sony	0	615	Sony	0	400
Xiaomi	316	357	Xiaomi	412	240
Total Unit	729	2362	Total Unit	1452	1386

Gambar 1. Perbedaan Persediaan Barang di PS Store dan I-Store

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa I-Store Jakarta lebih terfokus kepada barang baru, sedangkan PS Store Condet tetap dengan konsep awal PS Store sejak awal berdiri, yaitu menjual HP Second meskipun terdapat barang baru didalamnya, akan tetapi barang second tetap mendominasi.

Dari data diatas, peneliti tertarik untuk meneliti PS Store Condet sesuai dengan judul mengenai kaitannya antara *Lifestyle* dan *Price* yang ada di PS Store Condet dengan Keputusan Pembelian.

Adapun dari data yang sudah ada, gambar dibawah ini menunjukkan bagaimana jumlah unit yang masuk dan keluar pada bulan April 2019

	Merk	Unit Masuk	Unit Keluar	Sisa Unit
1	Apple	640	429	211
2	Fujitsu	120	27	93
3	LG	126	58	68
4	Oppo	339	321	18
5	Samsung	578	427	151
6	Sony	615	439	176
7	Xiaomi	673	516	157
	Total Unit	3091	2217	874

Gambar 2. Data Penjualan PS Store April 2019

Dari kesimpulan gambar diatas menunjukkan penjualan paling besar diperoleh melalui penjualan produk Xiaomi, Sedangkan produk dengan tingkat penjualan paling rendah yaitu produk Fujitsu, dan produk dengan sisa unit paling sedikit yaitu Oppo

Dari data yang sudah ada, gambar dibawah ini menunjukkan bagaimana jumlah unit yang masuk dan keluar pada bulan Mei 2019.

Data Penjualan Offline Handphone PS Store Condet				
Periode 1-31 Mei 2019				
	Merk	Unit Masuk	Unit Keluar	Sisa Unit
1	Apple	650	435	215
2	Fujitsu	124	31	93
3	LG	137	68	69
4	Oppo	330	314	16
5	Samsung	525	412	113
6	Sony	600	426	174
7	Xiaomi	460	398	62
	Total Unit	2826	2084	742

Gambar 3. Data Penjualan PS Store Mei 2019

Dari kesimpulan gambar diatas menunjukkan penjualan paling besar diperoleh melalui penjualan produk *Apple*, dan produk ini juga menyisakan produk yang paling banyak belum terjual. Sedangkan produk dengan tingkat penjualan paling rendah yaitu produk *Fujitsu*, dan produk dengan sisa unit paling sedikit yaitu produk *Oppo*.

Dari data penjualan bulan April dan Mei 2019 terdapat perbedaan tingkat penjualan di setiap merk. Dibulan April *Xiaomi* mendapat tingkat penjualan paling banyak, sedangkan dibulan Mei *Apple* (*Iphone*) mendapat tingkat penjualan paling banyak.

Penelitian terdahulu memiliki perbedaan antara hasil penelitian satu dengan penelitian lainnya. Penelitian yang dilakukan Samosir (2016) menunjukkan hasil bahwa gaya hidup (*lifestyle*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil yang berbeda ditemukan oleh Wijaya (2018),

Wijonarko (2016), Ling (2016), dan Abimanyu (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh pada keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahanani (2018) menunjukkan hasil bahwa harga (*price*) berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil yang berbeda ditemukan oleh Shaleh (2017), Suhari (2016), Efendi (2017), dan Lily (2015) menunjukkan bahwa harga (*price*) berpengaruh positif pada keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan perbedaan hasil penelitian terdahulu diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *Lifestyle* dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet.**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut peneliti melakukan identifikasi masalah yang berkenaan dengan judul penelitian yang akan dibahas, sebagai berikut:

1. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?
2. Apakah *Price* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?
3. Apakah *Lifestyle* dan *Price* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?

1.2.2 *Pembatasan Masalah*

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, maka penulis menetapkan batasan-batasan. Untuk itu, penelitian ini dilakukan pada pembahasan Pengaruh *Lifestyle* dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?

1.2.3 *Perumusan Masalah*

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, maka perumusan masalah pada penulis ini adalah Adakah pengaruh *Lifestyle* dan *Price* terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?

1. Bagaimanakah pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?
2. Bagaimanakah pengaruh *Price* terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?
3. Bagaimanakah Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisi:

1. Menegtahui Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet
2. Mengetahui Pengaruh *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet
3. Mengetahui Pengaruh *Lifestyle* dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet.

4. Mengetahui *Lifestyle* Terhadap Produk Iphone di PS Store Condet.
5. Mengetahui *Price* Produk Iphone di PS Store Condet.
6. Mengetahui Keputusan Pembelian Produk Iphone di PS Store Condet.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi dan untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan yang telah diberikan selama proses perkuliahan agar bisa menjadi bekal untuk memasuki dunia kerja.

2. Bagi Akademik

Diharapkan hasil dari penelitian ini sebagai bahan bacaan yang mampu menambah wawasan sehingga dapat dijadikan bahan studi banding dan acuan guna meningkatkan kualitas akademik.

3. Bagi Perusahaan

Menambah masukan bagi perusahaan yang bersangkutan khususnya di bagian pemasaran mengenai masalah *lifestyle*, *price* dan kepuasan pelanggan sebagai tambahan wawasan dan bisa menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, Muhammad. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Kota Purwodadi, *Journal Of Applied Business Research*, 31(1), 115.
- Assauri, Sotjan. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu, Swastha. (2012). *Manajemen Penjualan*, Edisi 3,. Yogyakarta : BPFE.
- Efendi, Edris. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1). 1-10
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasali, Rhenald (2012). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT Pustaka UtamaGrafiti
- Kamela, Ice., Suhartil Irfan., & Rosha Zeshasina. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Café Coffee Toffee di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. (2014). *Marketing Millennial*. Edisi ke 12. Penerbit Erlangga.
- _____, Philip dan Kelvin Lane Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- _____. (2015). *Keputusan Pembelian*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Lily. (2015). *Effect Of Product Quality, Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product)*. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(2), 142.

- Makoguwou, Milly. (2015). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 290-298
- Nasir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Nawawi, Hadari. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Notoatmodjo. (2015). *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Setiadi. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sumarwan, Ujang. (2013) *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Setiadi, Nugroho, SE., MM., (2015). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Mahanani, Estu. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Jurnal iKRAITH-HUMANIORA* 2(1)
- Shaleh, Riefky. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup, Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Stalker Pomade (Studi Kasus Pada Pembeli Minyak Rambut Stalker Pomade Di Un Pgrri Kediri). *Journal Of Management*, 2(2)
- Shinta, Reni. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi Tas Louis Vuitton Pada Mahasiswa FISIP UNDIK. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 125-134.
- Suratno., & Lincoln Arsyad. (2014). *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta. UPP AMD YKPN
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2010). *Metode Penelitian dan Pengembangan : Reach and Development: Untuk Bidang Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Tambuwun, M. (2016). *Shopping lifestyle as intervening relation between hedonic motive and gender on impulse buying*. *International Journal of Business and Finance Management Research*, 4, 9-16.

Samosir, Vera. (2016). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *SP Manajemen* (2454).

Tim Penyusun (2014). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Feb Uhamka.

Tjipjono, Fandi. (2014). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: CV. Andi

Wijaya, Nata. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sturbucks. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).

Wijionarko, Arlian. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo. *Journal of Management*, 1(1).

Yi Ling, Long. (2016). *The Influence of Lifestyle and Money Attitude on Purchase Decisions*. *Journal of Applied Business Research*, 31(1), 115.

Sumber Internet:

www.okezone.com diakses 18 April 2019

www.organisasi.org diakses 18 April 2019

www.kompasiana.com diakses 18 April 2019

www.panduanmac.com diakses pada 10 Agustus 2019

www.situsbuntu.com diakses pada 10 Agustus 2019