

**“ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, DAYA TARIK PRODUK DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE I-PHONE”**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu)

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**OKTAVIANA ROUK ALMEIDA FALCAO**  
**41190038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTA EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU**

**2024**

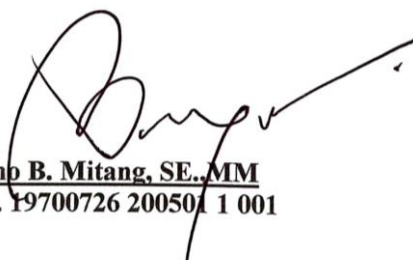
**HALAMAN PERSETUJUAN**

**“ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, DAYA TARIK PRODUK DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE I-PHONE”  
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu)**

**DIAJUKAN OLEH :  
OKTAVIANA ROUK ALMEIDA FALCAO  
41190038**

**TELAH DISETUJUI UNTUK DISEMINARKAN :**

**Pembimbing I**

  
**Berno B. Mitang, SE.,MM**  
NIP. 19700726 200501 1 001

**Pembimbing II**

  
**Felisima Afoan, SE.,M.Si**

**Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen**

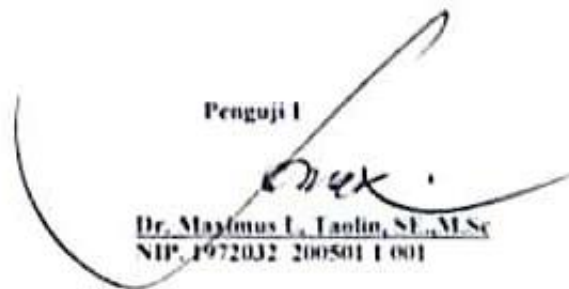
  
**Elfrida Desiderata Naihati, SE.,MM**  
NIP. 19880523 200504 2 002

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**“ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, DAYA TARIK PRODUK DAN**  
**BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**SMARTPHONE I-PHONE”**

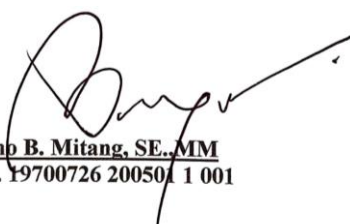
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu)

**Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Yang Dilakukan Pada:**

<b>Hari/Tanggal</b>	<b>: Kamis, 14 Maret 2024</b>
<b>Jam</b>	<b>: 13.00-14.00 WITA</b>
<b>Tempat</b>	<b>: Ruang Dosen</b>
<b>Saudara</b>	<b>: Oktaviana Rouk Almeida Falcao</b>
<b>NPM</b>	<b>: 41190038</b>
<b>Dinyatakan Lulus Dengan Nilai</b>	<b>: B</b>
<b>Predikat Kelulusan</b>	<b>: Sangat Memuaskan</b>

**Penguji I**  
  
**Dr. Mayfimus L. Taulin, SE., M.Sc**  
**NIP. 1972032 200501 1 001**

**Penguji II**

  
**Berno B. Mitang, SE., MM**  
**NIP. 19700726 200501 1 001**

**Pembimbing II**

  
**Felisisma Afoan, SE., M.Si**

Kefamenanu,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor

  
**AQUIDOWARIS MANEK, SE., MSA**  
**NIP. 197403202005011002**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, DAYA TARIK PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE I-PHONE*”**(Studi Kasus pada **Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu**) Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak dapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh Sarjana Ekonomi (SE) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO.20 Tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70).

Kefamenanu,....., 2024



**OKTAVIANA ROUK ALMEIDA FALCAO**  
NPM : 41190038

## **MOTTO**

*Karena masa depan sungguh  
ada dan harapanmu  
tidak akan sia-sia  
(Amsal 23:18)*

*Serahkanlah perbuatanmu  
Kepada Tuhan maka  
Terlaksanalah segala rencanamu  
(Amsal 16:3)*

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu memberikan ketabahan, serta kesabaran selama menempuh pendidikan.
2. Alm. Bapak Daniel Mauk, Mama Fransisca Almeida Salsinha yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta pengorbanan selama ini, hanyalah doa dan karya kecil ini sebagai lambang ucapan terima kasih yang amat dalam.
3. Semua Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Khususnya Program Studi Manajemen.
4. Seseorang yang sudah membantu penulis, jasamu akan penulis kenang selalu.
5. Sahabat tercinta Mery, Lena, Etha, Linda dan Asri yang selalu memberikan dukungan dan semangat, yang selalu ada dalam suka maupun duka dan selalu membantu memberikan doa serta dukungan kepada saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Untuk adik-adik Rivaldy Kost yang selalu memberi semangat serta dukungannya.
7. Semua teman-teman seperjuangan angkatan 2019
8. Almamater tercinta Universitas Timor, tempat penulis Menuntut ilmu.

## ABSTRAK

**Oktaviana Rouk Almeida Falcao : Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Daya Tarik Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone I-phone* (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu).** Dibawah bimbingan bapak Berno B. Mitang, SE.,MM selaku pembimbing I dan ibu Felisisima Afoan,SE.,MSi selaku pembimbing II. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Daya Tarik Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone I-phone* Pada Mahasiswa Universitas Timor Kefamenanu. Penelitian ini dilakukan di Kota Kefamenanu. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli s/d september tahun 2023. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer berupa jawaban responden dengan pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa secara parsial Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone I-phone* Pada Mahasiswa Universitas Timor Kefamenanu. yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,298 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,991 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$  dan dengan nilai R sebesar 0,581 hubungannya kuat dan nilai  $R^2$  sebesar 0,337 atau 33,7%.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa secara parsial Daya tarik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone I-phone* Pada Mahasiswa Universitas Timor Kefamenanu.yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,000 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,991 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$  dan dengan nilai R sebesar 0,493 hubungannya cukup dan nilai  $R^2$  sebesar 0,243 atau 24,3%. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa secara parsial *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone I-phone* Pada Mahasiswa Universitas Timor Kefamenanu.yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,520 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,991 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$  dan dengan nilai R sebesar 0,594 hubungannya kuat dan nilai  $R^2$  sebesar 0,353 atau 35,3%. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara simultan Gaya hidup, daya tarik produk, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian *Smartphone I-phone* Pada Mahasiswa Universitas Timor Kefamenanu yang ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 18,633 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,72 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$  dan dengan nilai R sebesar 0,651 hubungannya sangat kuat dan nilai  $R^2$  sebesar 0,424 atau 42,4%.

**Kata kunci : Gaya Hidup, Daya Tarik Produk, *Brand Image*, dan Keputusan Pembelian**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “**Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Daya Tarik Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone I-Phone* “(Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Timor Kefamenanu)”**”. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, hal tersebut dikarenakan keterbatasan-keterbatasan yang dialami penulis. Namun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi syarat-syarat dan ketentuan yang berlaku, baik dari aspek materi maupun teknis penulisan.

Dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, nasehat, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Berno B. Mitang SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan sabar membimbing, mendamping, memberikan motivasi dan perhatian kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan baik.
2. Ibu Felisisima Afoan SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang selalu dengan sabar membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan baik.



3. Ibu Elfrida D. Naihati, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.
4. Bapak Aquidowaris Manek, SE.,MSA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.
5. Bapak /Ibu dosen dan pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dengan caranya masing-masing meluangkan waktu dan tenaga untuk mengajar, mendidik penulis serta memberikan sumbangan pemikiran dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini.
6. Orang tua dan semua keluarga yang telah membantu dalam memberikan semangat dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019 dan pada umumnya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga penulis dapat memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan.

Kefamenanu, .....2024

(Oktaviana Rouk Almeida Falcao)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	13
2.1.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	14

2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Gaya Hidup.....	20
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup.....	20
2.2.2 Identitas Gaya Hidup.....	22
2.2.3 Faktor-faktor Gaya Hidup.....	23
Indikator Gaya Hidup.....	25
2.3 Daya Tarik Produk.....	26
2.3.1 Pengertian Daya Tarik Produk.....	26
2.3.2 Faktor-faktor Daya Tarik Produk.....	28
2.3.3 Indikator Daya Tarik Produk.....	28
2.4 <i>Brand Image</i> .....	28
2.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	28
2.4.2 Faktor-faktor <i>Brand Image</i> .....	31
2.4.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	33
2.4.4 Dimensi Utama Pembentuk <i>Brand Image</i> .....	34
2.5 Penelitian Terdahulu.....	36
2.6 Hubungan Teoritis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	38
2.6.1 Hubungan antar Variabel Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	38
2.6.2 Hubungan antar Variabel Daya Tarik Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	40
2.6.3 Hubungan antar Variabel <i>Brand Image</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	42

2.6.4 Hubungan Gaya Hidup (X1), Daya Tarik Produk (X2), <i>Brand Image</i> (X3), terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone I-Phone</i> pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis ...	43
2.7 Kerangka Pikir .....	45
2.8 Definisi Konsep dan Pengukuran Variabel.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	51
3.2 Populasi dan Sampel.....	51
3.2.1 Populasi .....	51
3.2.2 Sampel .....	51
3.3 Data dan Variabel Penelitian .....	52
3.3.1 Jenis dan Sumber .....	52
3.3.2 Variabel Penelitian .....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	54
3.5.1 Uji Validitas.....	54
3.5.2 Uji Reabilitas .....	55
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.6.1 Uji Normalitas .....	56
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	57
3.6.3 Uji Autokorelasi .....	57
3.6.4 Uji Heterokedastisitas .....	57
3.6.5 Uji Linearitas .....	58

3.7 Teknik Analisis Data .....	58
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	58
3.7.2 Analisis Inferensial .....	58
3.8 Teknik Uji Hipotesis.....	61
3.8.1 Uji Parsial (t) .....	62
3.8.2 Uji Simultas (F) .....	63
3.9 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	64
3.10 Sumbangan Efektif .....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1 Deskripsi Tempat Penelitian .....	66
4.2 Karakteristik Responden .....	68
4.3 Hasil Pengujian Instrumen .....	70
4.3.1 Uji Validitas .....	70
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	71
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	72
4.4.1 Uji Normalitas.....	72
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	74
4.4.3 Uji Autokorelasi.....	76
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.4.5 Uji Linearitas .....	78
4.5 Teknik Analisis Data.....	80
4.5.1 Analisis Deskriptif .....	80
4.5.2 Analisis Inferensial .....	89

4.5.2.1 Regresi Linear Sederhana.....	89
4.5.2.2 Regresi Berganda.....	97
4.6 Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	100
4.7 Sumbangan Efektif.....	101
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	102
4.8.1 Pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone i-Phone</i> pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu.....	102
4.8.2 Pengaruh Daya Tarik Produk(X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone i-Phone</i> pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu .....	104
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone i-Phone</i> pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu.....	105
4.8.4 Pengaruh Gaya Hidup (X1) Daya Tarik Produk(X2) dan <i>Brand Image</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone i-Phone</i> pada Mahasiswa di Universitas Timor Kefamenanu .....	107

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran .....	110

## **DAFTAR PUSTAKA .....**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Wawancara pengguna i-Phone.....	7
Tabel 2.1 Kajian Terdahulu.....	36
Tabel 2.2 Definisi Konsep.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.5 One sample Kolmogorov-Smirnov .....	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi .....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas <i>Brand Image</i> ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	80
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ).....	81
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Produk ( $X_2$ ).....	83
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> Produk ( $X_3$ ).....	85
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan	

Pembelian (Y).....	87
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Gaya Hidup (X <sub>1</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone</i> <i>i-Phone</i> .....	
	89
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Daya Tarik Produk(X <sub>2</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone i-Phone</i> .....	
	92
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel <i>Brand</i> <i>Image</i> (X <sub>2</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone</i> <i>i-Phone</i> .....	
	95
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Gaya Hidup (X <sub>1</sub> ) Daya Tarik Produk (X <sub>2</sub> ) dan <i>Brand Image</i> (X <sub>3</sub> ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>Smartphone</i> <i>i-Phone</i> .....	
	97
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	100
Tabel 4.20 Rekapitulasi Nilai Koefisien beta, Koefisien korelasi dan SE.....	101



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	47
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	73
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Koesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	119
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	120
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik .....	124
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederjana .....	128
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	130
Lampiran 7 Uji Sumbangan Efektif .....	131

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin .....	68
Grafik 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia.....	67
Grafik 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ).....	81
Grafik 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Produk ( $X_2$ ).....	83
Grafik 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_3$ ).....	85
Grafik 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelina (Y).....	87