

**ANALISIS GAYA HIDUP DAN NILAI MEREK  
YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* MEWAH  
MELALUI BELANJA *ONLINE***



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

**GHIFARIN ADDAUSI**

B 100150028

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :  
**“ANALISIS GAYA HIDUP DAN NILAI MEREK YANG DIRASAKAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MEWAH  
MELALUI BELANJA ONLINE”**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**GHIFARIN ADDAUSI**

**B 100 150 028**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk  
diterima.

Surakarta, 23 Februari 2019

Pembimbing



**(Kussudiyarsana, S.E., M.Si Ph.D.)**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Syamsudin, S.E., M.M.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **GHIFARIN ADDAUSI**  
NIRM : **B 100 150 028**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **Analisis Gaya Hidup Dan Nilai Merek Yang  
Dirasakan Terhadap Keputusan Pembelian  
Produk Fashion Mewah Melalui Belanja Online**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 23 Februari 2019

Yang Membuat Pernyataan,

**Ghifarin Addausi**

## MOTTO

*“Apa yang telah kau mulai selesaikanlah sampai akhir”.*

*“Jadikan Allah satu-satunya tempat berpegang dan bersandar atas segala yang terjadi pada kita”.*

*“Gunakan akal untuk mengendalikan nafsu sehingga dapat memprioritaskan apa yang dibutuhkan bukan yang diinginkan”.*

*“Tugas seorang hamba ialah berikhtiar sebaik mungkin dan kemudian berdoa. Selanjutnya Allah SWT yang akan mengurus sisanya”.*

*“Talk Less Do More”.*

*“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Al-Baqarah:153)*

*(Penulis)*

## **PERSEMBAHAN**

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya istimewa ini teruntuk:

- Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
- Ibu dan Ayah tercinta yang telah mendidik, memberikan kasih sayang, motivasi, pengorbanan serta perjuangan yang tiada henti-hentinya.
- Dosen pembimbingku, Bapak Kussudiyarsana yang telah sabar membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Adikku tersayang yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam setiap langkahku.
- Keluarga besar Bani KH. Said Sholeh terimakasih atas do'a dan restunya yang diberikan kepada penulis.
- Teman sekaligus sahabatku: Lucy, Indri, Mega, Abdan, Taufik, Madya, Evita, Izza, Iis, Naila, Sarah dan Ninda yang turut memberikan semangat, dukungan, serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Almamaterku tercinta.

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan nilai merek yang dirasakan terhadap keputusan pembelian produk fashion mewah melalui belanja online studi empiris pada produk fashion bermerek. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah menggunakan produk fashion bermerek seperti nike, adidas, zara, h&m. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan mengambil 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi lapangan berupa kuesioner secara personal. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan, pertama yaitu gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui belanja online dan yang kedua yaitu nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui belanja online.

Kata kunci : gaya hidup, nilai merek yang dirasakan, dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*The aim of this research to analyze influence of life style and perceived brand value to create buying decision through online shopping. Empirical studies at branded fashion products. The population of this research is all students of Muhammadiyah University of Surakarta. The technique sampling in this research is purposive sampling by take 100 respondents. Data collection method using field study in form of personal questionnaire. Analysis tools in this research uses multiple linear regression. Based on the result are found some finding, the first is life style has significant influence to create buying decision through online shopping and the second is perceived brand value has significant influence to create buying decision through online shopping*

**Keyword:** *Life style, Perceived Brand Value, and Buying Decision.*

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Gaya Hidup dan Nilai Merek yang Dirasakan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Mewah Melalui Belanja Online dengan lancar. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada strata 1 ilmu ekonomi, konsentrasi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan dan dengan keikhlasan serta rendah hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Dekan Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Kussudiyarsana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Drs. Sujadi, M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan memberikan arahan dalam pengambilan keputusan mata kuliah maupun lainnya.



6. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama mengenyam bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam urusan administrasi.
7. Ayahku Tanuri Afifudin, Eny Mamuroh, adikku Aenuriyas Syifana dan keluarga penulis yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dukungan, semangat, masukkan serta membantu baik secara spiritual maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Ibu, Bapak, dan adikku selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. My Moodboster (Fajar Taqy Wicahya) yang selalu hadir menemani, memberikan dukungan secara spritirual dan materiil, serta motivasi yang luar biasa kepada penulis. Terimakasih atas perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan.
9. Sahabat-sahabatku yang luar biasa telah memberikan dukungan dan menghibur dikala sedih. Semoga Allah SWT meridhoi kesuksesan dan kebahagiaan untuk kita semua.
10. Teman-temanku di keluarga HEMa Manajemen FEB UMS.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang solutif dan aplikatif bagi akademisi ataupun perusahaan serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

***Wasalamu'alaikum Wr.Wb.***

Surakarta, 4 Februari 2019  
Penulis,

Ghifarin Addausi

## DAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i              |
| HALAMAN PENGESAHAN.....   | ii             |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....  | iii            |
| MOTTO .....   | iv             |
| PERSEMBAHAN .....   | v              |
| ABSTRAK .....   | vi             |
| ABSTRACT.....   | vii            |
| KATA PENGANTAR .....  | viii           |
| DAFTAR ISI.....   | x              |
| DAFTAR TABEL.....   | xiii           |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xiv            |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xv             |
| BAB I PENDAHULUAN .....   | 1              |
| A. Latar Belakang Masalah .....   | 1              |
| B. Rumusan Masalah .....  | 5              |
| C. Tujuan Penelitian.....   | 6              |
| D. Manfaat Penelitian.....  | 6              |
| E. Sistematika Penulisan Skripsi.....   | 6              |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....   | 8              |
| A. Landasan Teori .....   | 8              |
| 1. Konseptualisasi Merek Fashion Mewah.....                                     | 8              |
| 2. Keputusan Pembelian .....  | 10             |
| 3. Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) .....  | 13             |
| 4. Nilai Merek yang Dirasakan ( <i>Perceived Brand Value</i> ).....             | 15             |
| B. Kerangka Penelitian.....   | 17             |
| C. Penelitian Terdahulu.....  | 18             |
| 1. Hubungan Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) dengan Keputusan<br>Pembelian ..... | 18             |

|         |  |    |
|---------|--|----|
|         | 2. Hubungan Nilai Merek yang Dirasakan dengan Keputusan Pembelian .....                                    | 20 |
| BAB III | METODE PENELITIAN .....  | 22 |
|         | A. Jenis Penelitian .....  | 22 |
|         | B. Pengukuran Variabel dan Definsi Operasional .....   | 22 |
|         | C. Data dan Sumber Data.....   | 24 |
|         | D. Metode Pengumpulan Data .....   | 24 |
|         | E. Desain Pengambilan Sampel .....   | 25 |
|         | F. Metode Analisis Data .....  | 27 |
| BAB IV  | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....  | 33 |
|         | A. Data Hasil Penelitian .....   | 33 |
|         | B. Deskriptif Statistik.....   | 34 |
|         | 1. Analisis Deskripsi.....   | 34 |
|         | 2. Deskripsi Responden.....  | 35 |
|         | 3. Tanggapan Responden .....   | 39 |
|         | C. Uji Instrumen.....  | 40 |
|         | 1. Uji Validitas .....   | 40 |
|         | 2. Uji Reliabilitas.....   | 42 |
|         | 3. Uji Asumsi Klasik .....   | 43 |
|         | D. Uji Hipotesis Penelitian .....  | 45 |
|         | 1. Analisis Regresi Linier Berganda.....   | 45 |
|         | 2. Uji F.....  | 47 |
|         | 3. Uji Koefisien Determinasi.....  | 48 |
|         | 4. Uji t .....   | 48 |
|         | E. Pembahasan .....  | 50 |
|         | 1. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.....   | 50 |
|         | 2. Pengaruh nilai merek yang dirasakan ( <i>perceived brand value</i> ) terhadap keputusan pembelian ..... | 51 |
| BAB V   | PENUTUP .....  | 53 |
|         | A. Simpulan.....   | 53 |
|         | B. Keterbatasan Penelitian .....   | 54 |

|                |    |
|----------------|----|
| C. Saran.....  | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA |    |
| LAMPIRAN       |    |

## DAFTAR TABEL

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional .....   | 23             |
| Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin .....                      | 35             |
| Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Usia .....                               | 36             |
| Tabel 4.3 Deskripsi Responden Menurut Frekuensi Pembelian .....                | 36             |
| Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas .....                       | 37             |
| Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Merek yang biasa dibeli ....         | 38             |
| Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden.....                                       | 39             |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1).....                    | 41             |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Merek yang<br>Dirasakan(X2) ..... | 41             |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 42             |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                    | 43             |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....  | 44             |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                 | 45             |
| Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda .....                              | 46             |

## DAFTAR GAMBAR

|                                     | <b>Halaman</b> |
|-------------------------------------|----------------|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran..... | 18             |

## DAFTAR LAMPIRAN

|            |                               |
|------------|-------------------------------|
| Lampiran 1 | Kuesioner Penelitian          |
| Lampiran 2 | Data Penelitian               |
| Lampiran 3 | Hasil Uji Deskripsi Responden |
| Lampiran 4 | Hasil Uji Validitas           |
| Lampiran 5 | Hasil Uji Reliabilitas        |
| Lampiran 6 | Hasil Uji Hipotesis           |
| Lampiran 7 | Hasil Uji Asumsi Klasik       |
| Lampiran 8 | Tabel r                       |