

**PENGARUH GAYA HIDUP HARGA PROMOSI DAN BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE SAMSUNG DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



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:

MUHAMAD HAFIDZ ALFIAN
B100180036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

PENGARUH GAYA HIDUP HARGA PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE SAMSUNG DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

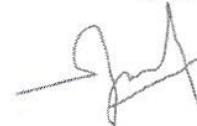
Yang ditulis dan disusun oleh:

MUHAMAD HAFIDZ ALFIAN
B100180036

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 27 Januari 2022

Pembimbing



(Ahmad Mardalis, S.E., MBA.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH GAYA HIDUP HARGA PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE SAMSUNG DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Oleh:

MUHAMAD HAFIDZ ALFIAN
B100180036

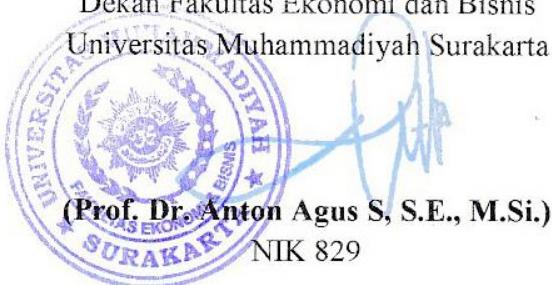
Telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 27 Januari 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Pengaji:

1. Ahmad Mardalis, S.E., MBA. (.....)
(Ketua Dewan Pengaji)
2. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D. (.....)
(Anggota I Dewan Pengaji)
3. Zulfa Irawati, S.E., M.Si. (.....)
(Anggota II Dewan pengaji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMAD HAFIDZ ALFIAN
NIM : B100180036
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP HARGA PROMOSI DAN BRAND
IMAGE TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE SAMSUNG DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang 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 Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 27 Januari 2022

Yang membuat pernyataan

(MUHAMAD HAFIDZ ALFIAN)

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila sudah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain
(QS. AL-Insyirah:6-7)”

“Hai orang-orang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya allah beserta orang-orang yang sabar” (AL-Baqarah:

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kuperanjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekililingnya saya. Yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik. Maha karya ini penulis persembahan untuk.

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman terang benderang.
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sahid Wiyono dan Ibu Juminah yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, dan dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik untuk saya disetiap waktu.
4. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa.
5. Pembimbing skripsi saya Ahmad Mardalis, S.E., MBA yang telah dengan sabar membimbing skripsi saya.
6. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT yang hingga saat ini telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, serta Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi kita Muhammad SAW, keluarga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH GAYA HIDUP HARGA PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE SAMSUNG DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**”

Skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis dalam mengerjakan skripsi juga menyadari bahwa terdapat hambatan serta kesulitan, namun karena support dari berbagai pihak akhirnya penulis mampu melewati kendala yang ada. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat serta Hidayah-Nya yang selalu diberikan kepada hamba – hamba-Nya.
2. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Anton Setyawan, S.E., M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Bapak Ahmad Mardalis, S.E., MBA D selaku pembimbing akademik dan dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan nasihat, saran dan arahan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D dan Ibu Zulfa Irawati, S.E., M.Si selaku dosen pengaji tugas akhir yang telah memberikan Ilmu, saran dan kritikannya agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan benar.
7. Kedua orang tua, Bapak Sahid Wiyono dan Ibu Juminah yang selalu mendoakan, memberikan dorongan serta dukungan yang terbaik secara moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap supaya penulisan ini dapat menjadi refensi untuk kedepannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 27 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Manfaat.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Minat beli	9
2. <i>Brand image</i> (citra merek).....	11
3. Gaya Hidup	14
4. Harga.....	16
5. Promosi	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Hipotesis	26
D. Kerangka Pikir	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Definisi Operasional.....	29
C. Sumber Data dan Pengumpulan	33

D. Populasi dan Penentuan Sampel.....	33
E. Metode Analisis Data.....	34
1. Analisis Deskriptif.....	34
2. Uji Instrumen Penelitian.....	35
3. Uji Asumsi Klasik	35
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
5. Pengujian Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL ANALISIS DANN PEMBAHASAN	39
A. Data dan Deskripsi Data.....	39
B. Karakteristik Responden	39
1. Karakteristik Jenis Kelamin	39
2. Karakteristik Usia.....	40
3. Karakteristik Asal Fakultas	41
4. Karakteristik Semester	41
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Realiabilitas.....	44
D. Uji Asumsi Klasik	45
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
F. Pengujian Hipotesis.....	49
1. Koefisien Determinasi (R^2)	49
2. Uji F	49
3. Uji t	50
G. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Keterbatasan Penelitian	56
C. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Asal Fakultas.....	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Semester	42
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas gaya hidup	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Harga.....	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Promosi	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Minat Beli	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Realibilitas.....	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	49
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian F.....	50
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengiriman Smartphone Global.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2. Data Responden.....	62
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	64
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	67
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
Lampiran 6. Regresi Linier Berganda.....	70

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *gaya hidup, harga, promosi dan brand image* terhadap minat handphone samsung di universitas muhammadiyah surakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif. Populasi penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa UMS. Ukuran sampel penelitian sejumlah 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data melalui penyebaran daftar pernyataan atau kuesioner kepada mahasiswa UMS. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda menggunakan SPSS 15. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, harga, promosi dan brand image positif dan signifikan terhadap minat beli

Kata kunci: Minat beli, gaya hidup,harga, promosi,*brand image*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of lifestyle, price, promotion and brand image on interest in Samsung mobile phones at the University of Muhammadiyah Surakarta. The type of research used is a quantitative type. The population of this study were all UMS students. The research sample size was 100 respondents using purposive sampling method. Collecting data through the distribution of a list of statements or questionnaires to UMS students. The data analysis method used is multiple regression analysis using SPSS 15. The results of this study indicate that lifestyle, price, promotion and brand image are positive and significant on purchase intention.

Keywords: Purchase intention, lifestyle, price, promotion, brand image