

**PENGARUH GAYA HIDUP, SIKAP KONSUMEN DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *SMARTPHONE* XIAOMI
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI



Oleh :

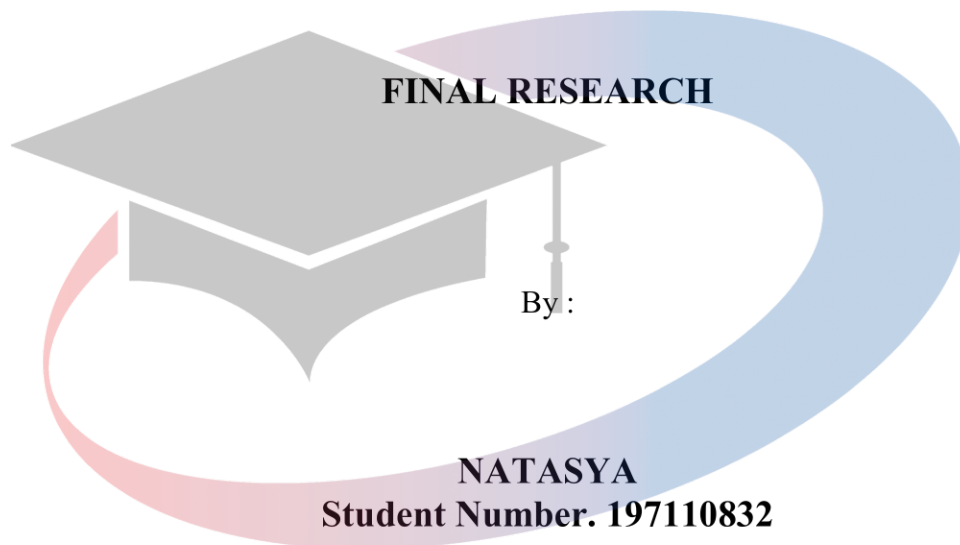
**NATASYA
NIM.197110832**

UNIVERSITAS
MIKROSKIL



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2023**

**THE EFFECT OF LIFESTYLE, CONSUMER ATTITUDE AND
BRAND TRUST ON PURCHASING DECISION OF XIAOMI
SMARTPHONE IN MEDAN CITY**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
MIKROSKIL UNIVERSITY
MEDAN
2023**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH GAYA HIDUP, SIKAP KONSUMEN DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *SMARTPHONE* XIAOMI
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

**NATASYA
NIM. 197110832**

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I


Nasrul H. Fendi, S.E., M.Si.

Medan, 27 Juli 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh :



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**
Suci Pertiwi, S.E., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 197110832
Nama : Natasya

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dari tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Konsumen, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Xiaomi di Kota Medan

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijasah yang telah saya terima dan Ijasah tersebut dinyatakan tidak sah**.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 27 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan,



Natasya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup, sikap konsumen dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* xiaomi di Kota Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *smartphone* xiaomi yang berada di Kota Medan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan jenis *purposive sampling* dan menggunakan rumus *Lemeshow* sehingga di peroleh sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, sikap konsumen, dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* xiaomi di Kota Medan. Koefisien Determinasi diperoleh sebesar 0,656 atau 65,6% artinya sebanyak 65,6% variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan sisanya 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Gaya Hidup, Sikap Konsumen, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the effect of lifestyle, customer attitude and brand trust on purchasing decision of xiaomi smartphone in Medan City. The type of research used is descriptive research with a quantitative approach. The analysis method used is a multiple linear analysis. The population in this study are all xiaomi smartphone users in the City of Medan. The sample used in the study is Non Probability Sampling by using the Lemeshow formula so as to obtain a sample of 100 respondents. The results showed that the lifestyle variable, customer attitude variable and brand trust variable had a significant effect either partially or simultaneously on purchasing decision of xiaomi smartphone in Medan City. The coefficient of determination obtained by 0,656 or 65,6% meaning that as much as 65% of the independent variables affect the dependent variable and the remaining 34,4% is affected by other variables that are not researched.

Keywords : Lifestyle, Customer Attitude, Brand Trust, Purchasing Decision.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Konsumen dan Kepercayaan merek terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Xiaomi di Kota Medan”.

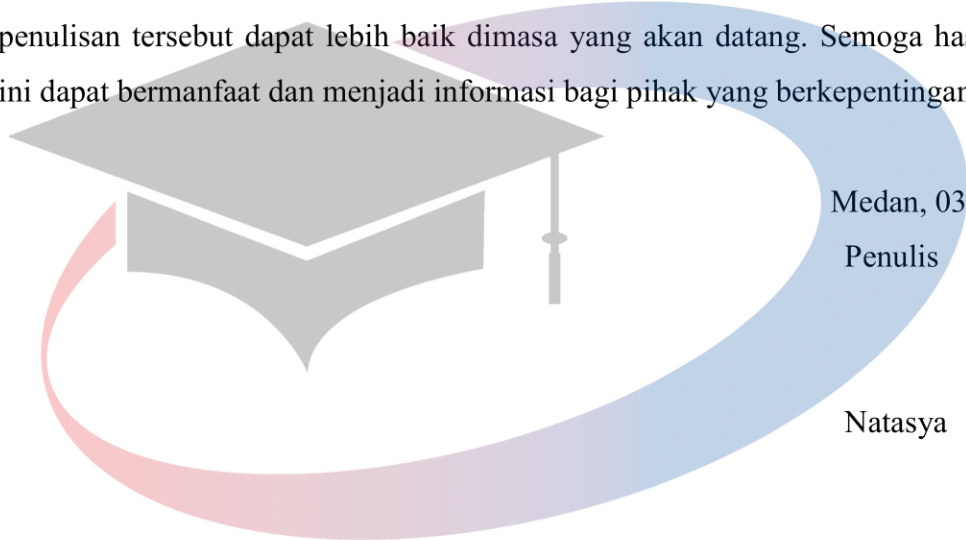
Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan dari akademik dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis di Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyaknya rintangan dan hambatan yang terjadi selama proses pengerjaan skripsi, namun berkat adanya dukungan, motivasi, doa, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Litka Tiadora Ria Br Ginting, S.M., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak membantu dalam kelancaran akademis.
4. Ibu Agustina S.Kom., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak membantu dalam kelancaran akademis.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil yang telah memberikan dukungan dan semangat selama menempuh studi.
6. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M., selaku Dosen Wali yang telah banyak memberikan arahan dan motivasi selama menempuh studi.
7. Seluruh staf pengajar Universitas Mikroskil yang telah banyak memberikan pelajaran serta ilmu yang berharga kepada penulis selama duduk di bangku kuliah.

8. Kedua Orang Tua dan Adik penulis yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
9. Sahabat – sahabat serta teman – teman seperjuangan di Fakultas Manajemen Stambuk 2019 dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar nantinya penulisan tersebut dapat lebih baik dimasa yang akan datang. Semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi informasi bagi pihak yang berkepentingan.



Medan, 03 Juli 2023

Penulis

Natasya

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah	7
1.3. Ruang lingkup.....	7
1.4. Tujuan penelitian	7
1.5. Manfaat penelitian	8
1.6. Originalitas penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Pemasaran.....	10
2.1.2. Smartphone.....	10
2.1.3. Keputusan Pembelian	11
2.1.4. Gaya Hidup.....	14
2.1.5. Sikap Konsumen.....	19
2.1.6. Kepercayaan Merek	23
2.2. Review Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Konseptual	30
2.4. Pengembangan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Objek Penelitian.....	34
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4. Populasi dan Sampel	36

3.5. Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5.1. Variabel Dependen (Y).....	37
3.5.2. Variabel Independen (X)	37
3.6. Metode Analisis Data.....	39
3.6.1. Statistik Deskriptif.....	39
3.6.2. Uji Kualitas Data	39
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.6.5. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Hasil Penelitian	45
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.2. Deskriptif Karakteristik Responden	46
4.1.3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	50
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data.....	53
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.1.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.7. Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.2. Pembahasan.....	65
4.2.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi	65
4.2.2. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi	66
4.2.3. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi	67
4.2.4. Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Konsumen Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	78



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-survei Variabel Gaya Hidup.....	4
Tabel 1. 2 Hasil Pra-survei Variabel Sikap Konsumen.....	5
Tabel 1. 3 Hasil Pra-survei Variabel Kepercayaan Merek.....	6
Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	49
Tabel 4. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Gaya Hidup (X_1)	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Sikap Konsumen (X_2)	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kepercayaan Merek (X_3).....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X_1)	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen (X_2)	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek (X_3)	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X_1).....	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Sikap Konsumen (X_2).....	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek (X_3).....	56
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4. 19 Uji One Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolonieritas	59
Tabel 4. 21 Hasil Uji Glejser.....	61
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4. 23 Hasil Uji Parsial (Uji T)	63
Tabel 4. 24 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	64

Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 64



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 5 Brand Smartphone 2022 Di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	57
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot Uji Normalitas.....	58
Gambar 4. 3 Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	60



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	82
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	94



UNIVERSITAS MIKROSKIL