

**PENGARUH GAYA HIDUP, INOVASI PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU MEREK BATA
DI THAMRIN PLAZA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

RINDU ROSMAULI MANALU

NIM. 222110959



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, PRODUCT INNOVATION,
AND PRODUCT QUALITY ON THE DECISION TO
PURCHASE BATA BRAND SHOES
AT THAMRIN PLAZA MEDAN**

FINAL RESEARCH

By:

RINDU ROSMAULI MANALU

222110959



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSINESS AND HUMANITIES
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH GAYA HIDUP, INOVASI PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SEPATU MEREK
BATA DI THAMRIN PLAZA MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

RINDU ROSMAULI MANALU
222110959

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,


Hanny Siagian, S.E., M.Si.

Dosen Pembimbing II,


Suci Pertiwi, S.E., M.Si.

Medan, 22 Juli 2026

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,


Christine, S.M., 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 : 222110959
Nama : Rindu Rosmauli Manalu

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

Judul Tugas Akhir : PENGARUH GAYA HIDUP, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
: TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU MEREK BATA
DI THAMRIN PLAZA MEDAN
Tempat Penelitian : Toko Sepatu BATA di Thamrin Plaza Medan
Alamat Penelitian : Thamrin Plaza Lt 2, Jl. M.H Thamrin R No.75,
No. Telp : 083189498226

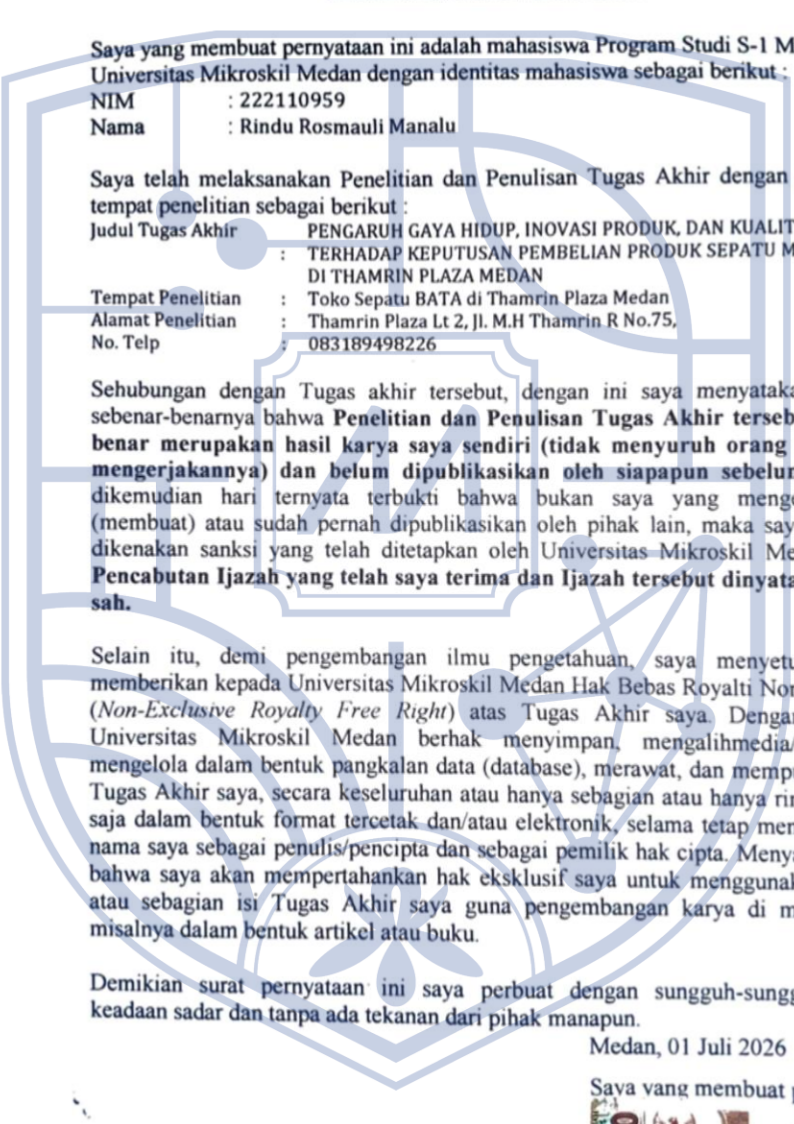
Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian 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 Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah 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, mengalihmedia/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, 01 Juli 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Rindu Rosmauli Manalu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu merek BATA di Thamrin Plaza Medan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang didapatkan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, variabel gaya hidup, inovasi produk, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil Adjusted R Square menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, inovasi produk, dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 41,8%, sedangkan sisanya sebesar 58,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Gaya_Hidup, Inovasi_Produk, Kualitas_Produk, Keputusan_Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of lifestyle, product innovation, and product quality on purchasing decisions for BATA brand shoes at Thamrin Plaza Medan. This study is an associative study with a quantitative approach. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling approach, with a sample size of 96 respondents obtained using the Lemeshow formula. The data analysis method used in this study was multiple linear regression analysis using SPSS. The results of this study indicate that partially, lifestyle variables have no significant effect on purchasing decisions. Product innovation has a positive and significant effect on purchasing decisions, while product quality has no significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, lifestyle, product innovation, and product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. Adjusted R Square results indicate that lifestyle, product innovation, and product quality variables explain 41.8% of the purchasing decision, while the remaining 58.2% is explained by other variables outside this study.

Keywords: Lifestyle, Product_Innovation, Product_Quality, Purchasing_Decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan kasih, penyertaan, serta anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek BATA di Thamrin Plaza Medan." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Mikroskil.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa setiap tahapan yang dilalui tidak selalu berjalan dengan mudah. Berbagai tantangan, hambatan, dan proses pembelajaran menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Namun, berkat doa, dukungan, bimbingan, perhatian, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, memberikan arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis sejak awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dorongan yang membangun sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan dan mengembangkan ilmu pengetahuan di Universitas Mikroskil.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Mikroskil yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis selama menjalani proses pendidikan.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil yang telah memberikan arahan, perhatian, dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan.

6. Ibu Novi Yanti, S.M., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staf Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil yang telah membagikan ilmu, pengalaman, serta pelayanan yang sangat berarti bagi penulis selama mengikuti perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
8. Kepada keluarga tercinta, khususnya Bapak Rudi Rudolf Manalu dan Ibu Marinda Ratnawati Pasaribu, serta kakak dan adik penulis, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, semangat, dan pengorbanan yang tulus kepada penulis.
9. Pihak Toko Sepatu BATA Thamrin Plaza Medan yang telah memberikan kesempatan, bantuan, serta informasi yang diperlukan selama proses penelitian sehingga penulis dapat memperoleh data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat terkasih penulis, yaitu Eno, Tasya, Merry, Nael, Yehezkiel, Jeriyan, Alberto, Arnold, Pande, Nia, Inos, dan Domenius yang selalu hadir memberikan semangat, doa, motivasi, dan bantuan baik dari segi materi dan tenaga, serta menjadi tempat berbagi cerita di tengah berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis mampu melewati setiap proses dengan penuh keyakinan.
11. Keluarga besar MISAORUS, BIA, teman-teman Gereja Santo Petrus Medan Timur, para frater, suster, pastor, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas setiap doa, perhatian, dukungan, dan kasih yang telah diberikan kepada penulis.

Medan, 01 Juli 2026

Penulis,



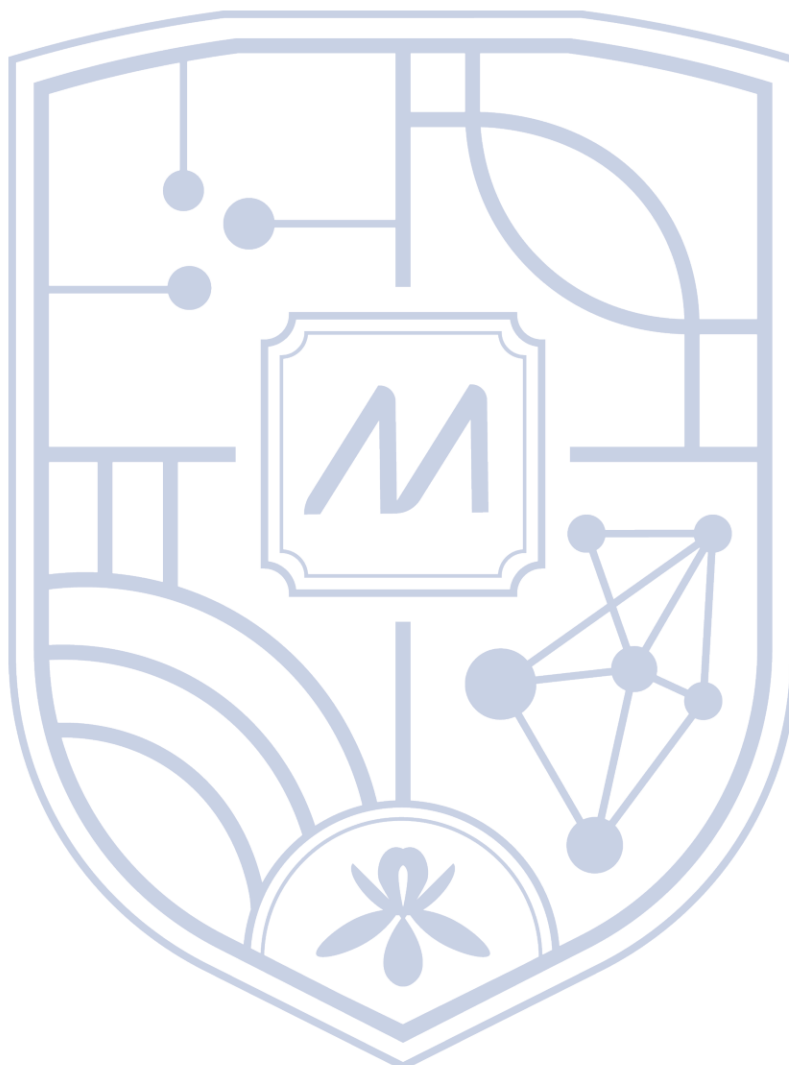
Rindu Rosmauli Manalu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Ruang Lingkup.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Originalitas Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Pemasaran	13
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3. Gaya Hidup	22
2.1.4. Inovasi Produk	27
2.1.5. Kualitas Produk.....	31
2.2. Review Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Konseptual.....	40
2.4. Pengembangan Hipotesis	41
2.4.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	42
2.4.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4.4. Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	43

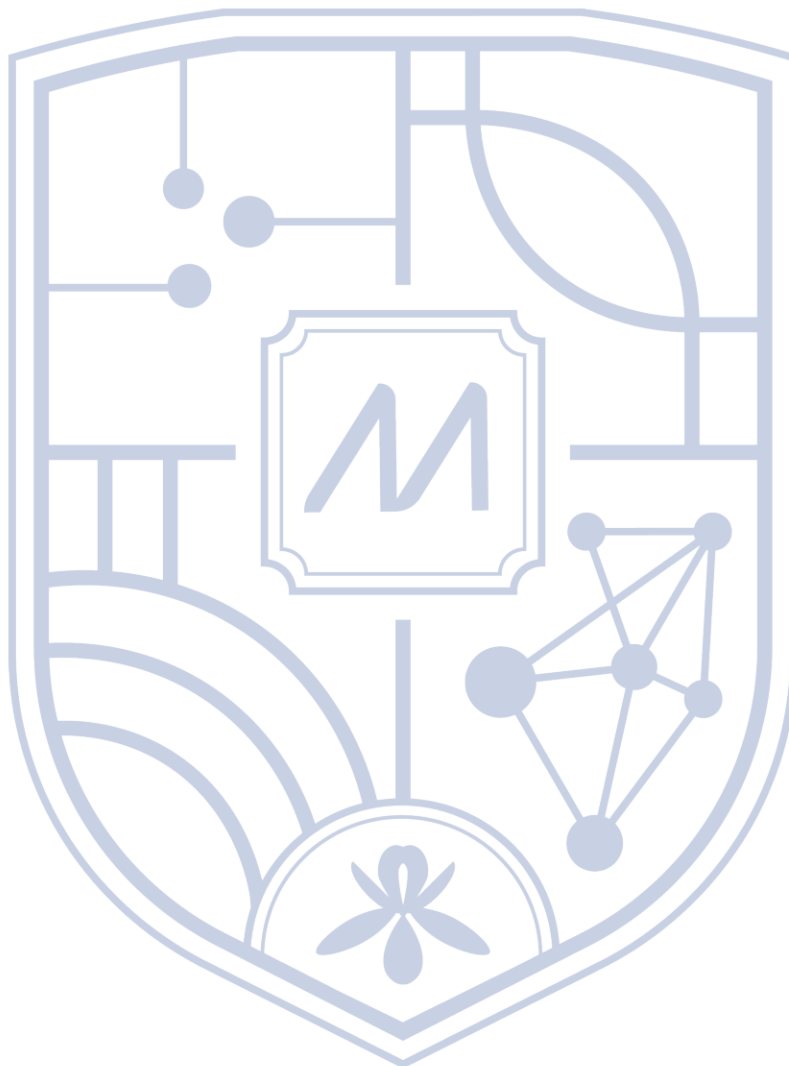
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Objek Penelitian	45
3.3. Metode Pengumpulan Data	45
3.4. Populasi dan Sampel	47
3.4.1. Populasi.....	47
3.4.2. Sampel.....	47
3.5. Definisi Operasional Variabel	48
3.6. Metode Analisis Data	50
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	50
3.6.2. Pengujian Kualitas Data.....	51
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik	51
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.6.5. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Hasil Penelitian	56
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	57
4.1.3. Gambaran Umum Responden	58
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif.....	60
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	67
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
4.1.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	76
4.2. Pembahasan.....	78
4.2.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.2.2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.2.4. Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80

BAB V PENUTUP	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 4.2. Grafik Histogram Uji Normalitas	70
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas dengan <i>Probability Plot</i>	71
Gambar 4.4. Grafik Hasil Scatterplot Uji Heterokedastisitas	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Nilai Ekspor Sepatu Periode 2022-2025	1
Tabel 1.2. Kategori Sepatu Top Brand Periode 2023-2025	3
Tabel 1.3. Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian.....	4
Tabel 1.4. Hasil Pra-Survey Gaya Hidup	5
Tabel 1.5. Hasil Pra-Survey Inovasi Produk	7
Tabel 1.6. Hasil Pra-Survey Kualitas Produk.....	8
Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1. Skala Likert	46
Tabel 3.2. Defenisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.1. Rincian Pengembalian Kuisioner.....	58
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Gaya hidup.....	61
Tabel 4.6. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk	62
Tabel 4.7. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.8. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Gaya Hidup.....	67
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Inovasi Produk.....	67
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.14. Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.16. Hasil Uji Glesjer.....	73
Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	75
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Simultan (Uji-F).....	76
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner	88
Lampiran 2. Distribusi Jawaban Responden.....	94
Lampiran 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif	103
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data SPSS	105
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	109
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis	110

