

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*  
IPHONE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**NURUL APRILIYANTI**

**8135120500**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Program Studi Pendidikan Tata Niaga pada Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2016**

***THE CORRELATION BETWEEN BRAND IMAGE AND  
LIFESTYLE WITH PURCHASE DECISION OF IPHONE  
SMARTPHONE ON FACULTY OF ECONOMY STUDENT, IN  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**NURUL APRILIYANTI**

**8135120500**



*Building  
Future  
Leaders*

***Skripsi Is Organized As One Of The Education Requirements For Obtaining  
An Undergraduate Degree In Economics Faculty State University Of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION***

***THE FACULTY OF ECONOMY***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2016**

## ABSTRAK

**NURUL APRILIYANTI.** Hubungan Antara Citra Merek Dan Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta. Program Studi

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 2016.  
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara citra merek dan gaya hidup dengan keputusan pembelian *Smartphone* iPhone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta berdasarkan data dan fakta yang valid dan reliabel.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur. Selama enam bulan terhitung Februari 2016 sampai dengan Juli 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* sebanyak 72 orang.

Untuk menjangkau data dari ketiga variabel digunakan kuesioner model skala likert untuk Citra Merek (Variabel X1), Gaya Hidup (Variabel X2) dan Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone (Variabel Y). Sebelum instrumen ini digunakan dilakukan uji validitas untuk variabel X dan juga variabel Y. Untuk variabel X1, dari 28 butir pernyataan terdapat 23 butir pernyataan yang valid, untuk variabel X2, dari 27 pernyataan terdapat 24 pernyataan yang valid, sedangkan untuk variabel Y, dari 26 pernyataan terdapat 23 pernyataan yang valid. Perhitungan reliabilitas ketiga variabel itu menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hasil reliabilitas variabel X1 sebesar 0,922, variabel X2 0,953 dan variabel Y sebesar 0,892. Hasil ini membuktikan bahwa instrumen tersebut ketiga variabel tersebut dapat dikatakan *reliable*.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 9,924 + 0,395X1 + 0,484X2$ . Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $50,55 > 3,13$ , artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi parsial dengan menggunakan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung\ X1-Y} = 4,786$  dan  $t_{tabel} = 1,66$ ,  $t_{hitung\ X2-Y} = 5,396$  dan  $t_{tabel} = 1,66$ . Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson menghasilkan  $r_{xy} = 0,771$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,771$  adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 58,3% yang menunjukkan bahwa 58,3% variasi keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek dan gaya hidup. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* iPhone.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Citra Merek, Gaya Hidup

## **ABSTRACT**

**NURUL APRILIYANTI**, *The Correlation Between Brand Image and Lifestyle With Purchase Decision of iPhone Smartphone on Faculty of Economy Student, in State University of Jakarta, East Jakarta. Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta. 2016.*

*The research was conducted at Faculty of Economy in State University of Jakarta, East Jakarta, for six months from February 2016 until July 2016.*

*The research method used is survey method with the correlational approach. Population in this research is students on Faculty of Economy State in University of Jakarta. The technique which is used in gathering the sample was purposive sampling about 72 peoples.*

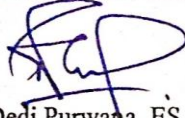
*To capture data from these three variables are used questionnaire Likert Scale models for Brand Image (X1 Variable), Lifestyle (X2 Variable) and Purchase decision of iPhone Smartphone (Y Variable). Before the instrument is used tested the validity for variable X and Y. For variable X1, from 28 statement there are 23 points that valid, for variable X2, from 27 statement there are 24 points that valid and for variable Y and from 26 statement there are 23 points that valid. Reliability calculation of both variables using Cronbach Alpha formula. The results of the X1 variable reliability of 0,922, the results of the X2 variable reliability of 0,953 and the results of the Y variable reliability of 0,892. Results prove that the instrument is reliable.*

*The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 9,924 + 0,395X1 + 0,484X2$ . From test significance regression produces  $F_{count} > F_{table}$ , which is  $50,55 > 3,13$ , meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using the t test and the resulting  $t_{countX1-Y} = 4,786$  and  $t_{countX2-Y} = 5,396$  and  $t_{table} = 1,66$ . Correlation coefficient of Pearson Product Moment generating  $r_{xy} = 0,771$ , It can be concluded that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0,771$  is significant. The coefficient of determination obtained for 58,3% which shows that 58,3% of the variation of purchase decision determined by brand image and lifestyle.*



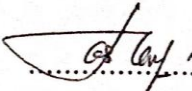
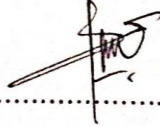
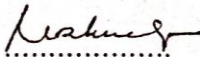
**Keywords:** *Purchase Decision, Brand Image, Lifestyle*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana, ES, M.Bus  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 1966 1030 200012 1001	Ketua Penguji	 .....	30 Juni 2016 .....
2. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 1954 0403 198503 2002	Penguji Ahli	 .....	30 Juni 2016 .....
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 1955 0722 198210 2001	Sekretaris	 .....	30 Juni 2016 .....
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 1959 0918 198503 2011	Pembimbing I	 .....	30 Juni 2016 .....
5. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 1953 1002 198503 2001	Pembimbing II	 .....	30 Juni 2016 .....

Tanggal Lulus : 23 Juni 2016  
.....

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2016

Yang membuat pernyataan



Nurul Apriliyanti

No.Reg. 8135120500

## **LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Intelligence is not the measurement, but intelligence support all”**

“ Kecerdasan bukanlah tolak ukur kesuksesan, tetapi dengan menjadi cerdas kita bisa menggapai kesuksesan”

**“In the bad times, choose to grow stronger. In the good times, choose to enjoy fully. In all times, choose to be GRATEFUL”**

“ Di saat- saat buruk, tumbuhlah menjadi kuat. Disaat- saat baik, nikmatilah dengan sepenuh-penuhnya. Di segala saat, BERSYUKURLAH”

Jangan pernah menyerah dalam keadaan apapun, percayalah Allah tidak akan memberikan cobaan diluar batas kesabarannya dan Allah memberikan cobaan untuk meningkatkan level kehidupannya.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam. Selama empat tahun menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Sampai juga pada titik akhir ini. Skripsi ini tak lepas dari kehendak Allah SWT, Saya persembahkan untuk Mu, kedua Orang Tuaku yang telah memberikan semua yang terbaik untukku dan Keluarga yang telah memberikan semangat dan dorongannya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami senantiasa panjatkan kehadirat Allah SWT, Dzat Yang Maha Agung, karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyusun skripsi dengan judul “Hubungan antara citra merek dan gaya hidup dengan keputusan pembelian *Smartphone* iPhone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, M.M. selaku Dosen Pembimbing I, yang tidak hanya membimbing selama penulisan skripsi, namun juga sebagai motivator bagi semua bimbingannya.
2. Dra. Nurahma Hajat, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan saran dan juga dorongan bagi peneliti.
3. Drs.Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal pengalaman dan ilmu



pengetahuannya yang sangat berguna untuk masa depan peneliti.

6. Mamahku Elly Hayatie dan Ayahku Muksin, dua orang yang sangat berperan penting dalam hidup peneliti, yang juga selalu memberikan semangat dan dorongan baik moril maupun materiil yang sampai kapan pun tak akan bisa terbalaskan.
7. Kedua Adikku Alfiansyah Nur Rahman dan Tarisyah Cahyatie yang selalu membuat peneliti tersenyum.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu bersama selama kurang lebih empat tahun dalam kelas Pendidikan Tata Niaga Reguler angkatan 2012.
9. Dan semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, yang tak bisa peneliti sebutkan namanya satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran, kritik dan masukan dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2016

Nurul Apriliyanti