

**PENGARUH *HEDONISM LIFESTYLE, BRAND TRUST, PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE
(Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu
Syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**Oleh :
INTAN SETIA AGUSTIN
21.1041.1178**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Intan Setia Agustin

NIM : 2110411178

PRODI : Manajemen

Mengatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Hedonism Lifestyle, Brand Trust, Product Quality dan Price Perception Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone (Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)*”** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pertanyaan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan sikap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 11 Januari 2025

Yang menyatakan,



Intan Setia Agustin

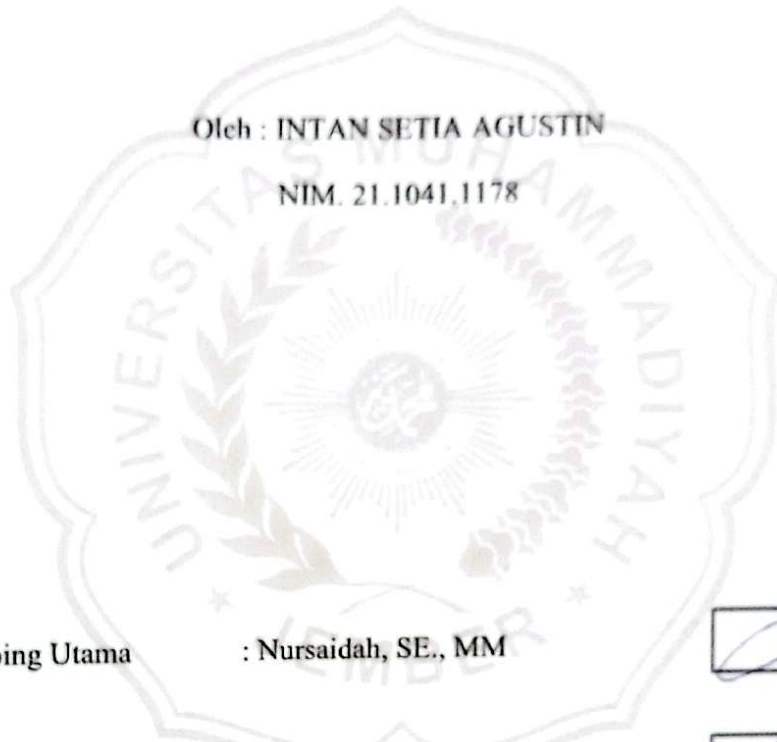
NIM. 21.1041.1178

SKRIPSI

**PENGARUH *HEDONISM LIFESTYLE, BRAND TRUST, PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE
(Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)**

Oleh : INTAN SETIA AGUSTIN

NIM. 21.1041.1178



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Nursaidah, SE., MM

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, likely belonging to the main supervisor, Nursaidah, SE., MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu, SE., M.Si

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, likely belonging to the co-supervisor, Jekti Rahayu, SE., M.Si.

PENGESAHAN

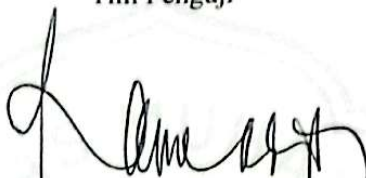
Skripsi berjudul; "Pengaruh *hedonism lifestyle*, *brand trus*, *product quality* dan *price perception* terhadap keputusan pembelian produk iPhone (Studi kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)", telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 14 Februari 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Drs. Akhmad Suharto, MP.

NPK :1962120118906242

Anggota 1,



Nursaidah, SE., MM.

NPK : 1985060111509637

Anggota 2,



Jekti Rahayu, SE., M.Si.

NPK : 1972071111703793

Mengesahkan

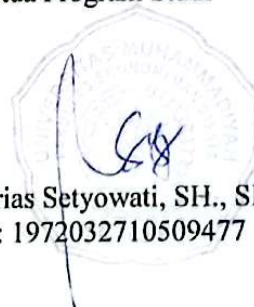
Dekan



Maheni Ika Sari, SE., MM

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM

NPK : 1972032710509477

PENGESAHAN

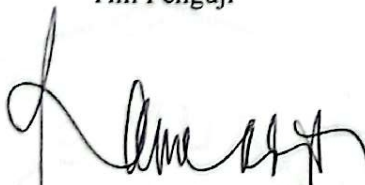
Skripsi berjudul; "Pengaruh *hedonism lifestyle, brand trus, product quality* dan *price perception* terhadap keputusan pembelian produk iPhone (Studi kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)", telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 14 Februari 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Drs. Akhmad Suharto, MP.
NPK :1962120118906242

Anggota 1,



Nursaidah, SE., MM.
NPK : 1985060111509637

Anggota 2,



Jekti Rahayu, SE., M.Si.
NPK : 1972071111703793

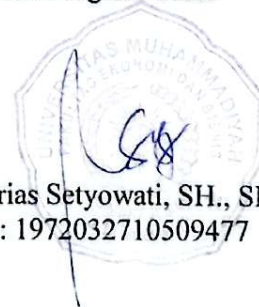
Mengesahkan

Dekan



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM
NPK : 1972032710509477

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Intan Setia Agustin

NIM : 2110411178

PRODI : Manajemen

Mengatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Hedonism Lifestyle, Brand Trust, Product Quality dan Price Perception Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone (Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)*”** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pertanyaan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan sikap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 11 Januari 2025
Yang menyatakan,



Intan Setia Agustin
NIM. 21.1041.1178

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada kita semua wabil khusus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan semaksimal dan tentunya semua atas izin dan ridho Allah SWT.

Tugas akhir ini telah penulis susun dengan semaksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar dalam proses penyusunannya. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan tugas akhir ini. Terlepas dari semua itu, saya menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya dan lain-lainnya.

Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca terutama dari dosen pembimbing dan dosen penguji, agar nantinya penulis dapat memperbaikinya. Akhir kata, penulis berharap semoga dengan adanya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Penulis

Intan Setia Agustin

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERNYATAAN | i |
| PENGESAHAN | iii |
| MOTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK | vii |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 8 |
| 2.1.2 Gaya Hidup Hedonisme (<i>Hedonism Lifestyle</i>)..... | 8 |
| 2.1.3 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) | 9 |
| 2.1.4 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>) | 10 |
| 2.1.5 Presepsi Harga (<i>Price Preception</i>)..... | 11 |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian..... | 12 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.3 Kerangka Konseptual..... | 18 |
| 2.4 Hipotesis | 19 |
| 2.4.1 <i>Hedonism Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian | 19 |

| | |
|---|----|
| 2.4.2 <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.4.3 <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.4.4 <i>Price Perception</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 20 |
| BAB III..... | 21 |
| METODE PENELITIAN | 21 |
| 3.1 Identifikasi Variabel | 21 |
| 3.1.1 Variabel Bebas | 21 |
| 3.1.2 Variabel Terikat..... | 21 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 21 |
| 3.2.1 Gaya Hidup Hedonisme (<i>Hedonism Lifestyle</i>)..... | 21 |
| 3.2.2 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) | 22 |
| 3.2.3 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>) | 22 |
| 3.2.4 Presepsi Harga (<i>Price Preception</i>)..... | 23 |
| 3.2.5 Keputusan Pembelian..... | 24 |
| 3.3 Desain Penelitian | 25 |
| 3.4 Jenis Data..... | 25 |
| 3.4.1 Data Primer | 25 |
| 3.4.2 Data Sekunder | 25 |
| 3.5 Teknik Pengambilan Sampel | 26 |
| 3.5.1 Populasi | 26 |
| 3.5.2 Sampel..... | 26 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.6.1. Observasi..... | 30 |
| 3.6.2 Kuesioner | 30 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 31 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif..... | 31 |
| 3.7.2 Uji Instrumen Data..... | 31 |
| 3.8 Analisis Data..... | 32 |
| 3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 32 |
| 3.8.2 Uji Asumsi Klasik | 32 |
| 3.8.3 Uji Hipotesis..... | 33 |

| | |
|---|----|
| BAB IV..... | 35 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 35 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 35 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Produk iPhone | 35 |
| 4.2 Hasil Analisis | 37 |
| 4.2.1 Analisis Karakteristik Deskriptif Responden..... | 37 |
| 4.2.2 Statistik Deskriptif Penelitian Responden..... | 38 |
| 4.2.3 Uji Instrumen Penelitian | 49 |
| 4.2.4 Analisa Regresi Linier Berganda | 51 |
| 4.2.5 Uji Asumsi Klasik | 52 |
| 4.2.6 Uji T (Parsial)..... | 55 |
| 4.2.7 Koefisiensi Determinasi (R²) | 55 |
| 4.3 Pembahasan | 56 |
| 4.3.1 Pengaruh <i>Hedonism Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Mahasiswa di Kabupaten Jember..... | 56 |
| 4.3.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Mahasiswa di Kabupaten Jember..... | 57 |
| 4.3.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Mahasiswa di Kabupaten Jember..... | 58 |
| 4.3.4 Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Mahasiswa di Kabupaten Jember..... | 59 |
| BAB V | 60 |
| KESIMPULAN | 60 |
| 5.1 Kesimpulan | 60 |
| 5.2 Saran | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 62 |
| LAMPIRAN | 65 |
| Lampiran 1 Kesioner | 65 |
| Lampiran 2 Tabulasi dan Data Kuesioner | 68 |
| Lampiran 3 Deskriptif Statistik Responden | 76 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen Penelitian | 77 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 81 |

| | |
|---|----|
| Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 81 |
| Lampiran 7. Uji Hipotesis..... | 83 |
| Lampiran 8. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) | 83 |
| Lampiran 9. T-tabel dan R-tabel..... | 83 |
| Lampiran 10. Dokumentasi..... | 86 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 66 |
| Lampiran 2 Tabulasi dan Data Kuesioner | 69 |
| Lampiran 3 Deskriptif Statistik Responden..... | 73 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian..... | 78 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 82 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 82 |
| Lampiran 7 Uji Hipotesis | 84 |
| Lampiran 8 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) | 84 |
| Lampiran 9 T-tabel dan R-tabel..... | 84 |
| Lampiran 10 Dokumentasi | 87 |

