

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG GATSBY STYLING POMADE
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Fendi Kurniawan
NIM 1410411049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Gatsby Styling Pomade (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Fendi Kurniawan

NIM : 1410411049

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Juli 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP 19770 811 2005 01 2001

Anggota 1,

Anggota 2,

Seno Sumowo. SE., MM
NPK 01 09 288

Yohanes Gunawan Wibowo. SE., MM
NPK 15 09 653

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK 01 09 289

Haris Hermawan. SE., MM
NPK 15 03 640

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Gatsby Styling Pomade (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
- b. Haris Hermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
- c. Seno Sumowo. SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan Yohanes Gunawan Wibowo. SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.

- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Juli 2019
Penyusun

Fendi Kurniawan



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Minat Beli	11
2.1.4 Gaya Hidup	12
2.1.5 Citra Merek	15
2.1.6 Kualitas Produk	18
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual	22
2.4 Hipotesis Penelitian	23
2.4.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang.	23
2.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.	24
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	
Ulang	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Identifikasi Variabel	26
3.1.1 Variabel Independen/Bebas	26
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	26

3.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.2.1 Gaya Hidup (X_1)	27
3.2.2 Citra Merek (X_2)	27
3.2.3 Kualitas Produk (X_3)	27
3.2.4 Minat Beli Ulang (Y)	28
3.3 Desain Penelitian	28
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4.1 Populasi	28
3.4.2 Sampel	29
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5 Jenis dan Sumber Data	30
3.5.1 Jenis Data	30
3.5.2 Sumber Data	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	32
3.7.2 Uji Instrumen Data	33
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.7.5 Uji Hipotesis	36
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	37
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Singkat PT Mandom Indonesia Tbk	38
4.1.2 Visi dan Misi	39
4.1.3 Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk ...	39
4.1.4 <i>Job Description</i> PT. Mandom Indonesia, Tbk	40
4.2 Hasil Analisis Statistik Dekskriptif	42
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	42
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	44
4.3 Hasil Analisis Data	47
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	47
4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik	49
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.3.4 Pengujian Hipotesis	52
4.3.5 Koefisien Determinasi	53
4.4 Pembahasan	54
4.4.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan	54

4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan	55
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan	56
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: <i>Top Brand</i> Minyak Rambut 2018	5
Tabel 4.1: Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember	38
Tabel 4.2: Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember	39
Tabel 4.3: Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember	41
Tabel 4.4: Responden Menurut Usia	51
Tabel 4.5: Responden Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.6: Responden Menurut Semester	52
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Gaya Hidup	53
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Citra Merek	53
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Kualitas Produk	54
Tabel 4.10: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan	55
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Validitas	56
Tabel 4.12: Hasil Pengujian Reliabilitas	57
Tabel 4.13: Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.14: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.15: Hasil Uji t	61
Tabel 4.16: Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Konsep Penelitian	28
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember	42
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas	57
Gambar 4.3: Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Deskriptif Responden
- LAMPIRAN 4 : Deskriptif Variabel Penelitian
- LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 8 : Tabel r Product Moment

