



**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK HONDA CB150R CLUB
MOTOR (BOSEFIC)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana SM

Oleh :
Taufiqur Ramadhan
1310411285

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Taufiqur Ramadhan
NIM :1310411285
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Membeli Produk HONDA CB150R Club Motor (BOSEFIC) 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 pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, juli 2019

Yang menyatakan,

Materai
6000

TAUFIQUR RAMADHAN
1310411285

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK HONDA CB150R CLUB MOTOR (BOSEFIC)



Oleh:

Taufiqur Ramadhan
NIM: 1310411285

Pembimbing:

Dosen Pendamping 1 : Ibu Bayu Wijayantini, SE,MM

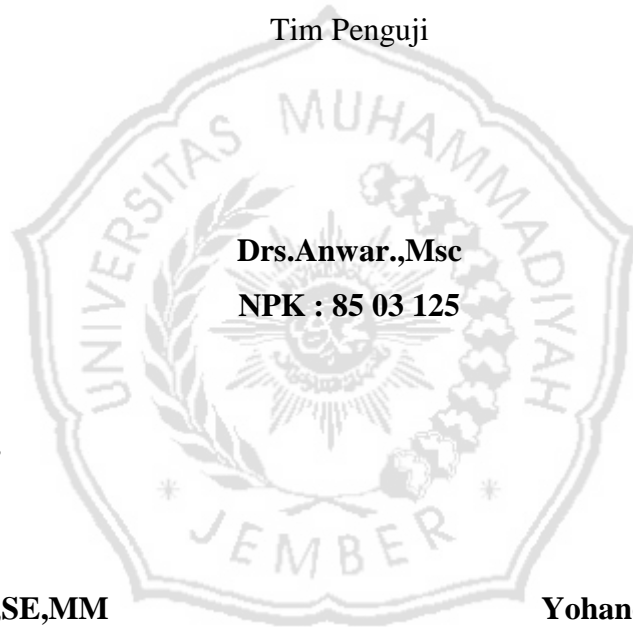
Dosen Pembimbing 2 : Bapak Yohanes Gunawan W, SE, MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; **Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Membeli Produk HONDA CB150R Club Motor (BOSEFIC)**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Taufiqur Ramadhan
Nim : 1310411285
Hari : Rabu
Tanggal : 17-Juli-2019
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Drs.Anwar.,Msc

NPK : 85 03 125

Anggota I,

Bayu Wijayantini.,SE,MM

NPK : 10 09 061

Anggota II,

Yohanes G W, SE,MM

NIP : 1984060411703794

Mengesahkan

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani, M, SI

NPK : 01 09 289

Ketua Program Studi,

Haris Hermawan.SE,MM

NPK : 15 03 640

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, Serta sang Baginda Rasulullah sebagai suri tauladan seluruh umat manusia. Tidak lupa saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu saya di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, mendidik, membimbing, memberi semangat, khususnya buat ibu ku ini adalah kado kecil yang bisa devi berikan dan kepada ibuku yang tak pernah lelah menasehati dan yang selalu mendoakan yang terbaik buat aku. Kepada ayahku terimakasih buat segala galanya
2. Kepada nenek, kakek dan saudara-saudara saya terima kasih kalian telah mendampingi ku dan memotifasi aku.
3. Kepada sahabatku Iib , Aldi .terimakasih sudah memberikan semangat dan menemani sehari hariku dan selalu mendampingiku baik itu susah, senang dan sedihku .
4. Kepada Calon Istriku terimakasih atas doa dan dukungan serta motivasi dalam mengerjakan skripsi ini. Kepada pembimbing satu Ibu Bayu Wijayantini, SE,MM terimakasih yang dengan sabar membimbing saya dalam menulis skripsi ini dan juga buat Bapak Yohanes Gunawan W, SE,MM. selaku dosen pembimbing dua makasih atas bimbingan selama mengerjakan skripsi ini.
5. Kepada Club Motor BOSEFIC terima kasih karena sudah mengizinkan saya untuk meneliti disana dan juga makasih atas informasinya selama saya mengerjakan tugas akhir ini.
6. Terimakasih universitas, dan almamaterku tempatku menimba ilmu.

MOTTO

“Tanyakanlah kepada orang-orang yang berilmu, jika kamu tiada mengetahui” (quran,al-anbiya : 7)

Jangan pernah berputus asa yakin kepada Tuhan yang sukar menjadi bisa yang mustahil menjadi nyata.

Jika alloh bersamamu jangan pernah takut dengan siapa di hadapanmu.

Bersyukurlah dengan apa yang kita miliki saat ini.

Doa memberikan kekuatan pada yang lemah, membuat orang tidak percaya menjadi percaya dan memberikan keberanian pada orang yang ketakutan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, atas berkah dan limpahan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Membeli Produk HONDA CB150R Club Motor (BOSEFIC)”.Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan program strata atau S1 pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.SI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Haris Hermawan, SE,MM. selaku Ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Bayu Wijyantini, SE,MM. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah memberi bimbingan, semangat, saran, bantuan, dan pengarahan hingga terselesainya skripsi ini.
4. Bapak Drs.Anwar.,MSC. selaku dosen penguji skripsi dan bersedia memberikan saran, bimbingan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Teristimewa kedua orang tua tersayang, terimakasih banyak atas semangat, nasehat, pencerahan, kasih sayang, doa dan dukungannya selama ini.
6. Keluarga besar saya yang telah membantu dengan doa dan yang sangat saya sayangi Endang Susilo Wati. terimakasih motivasinya selama ini.

Serta kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu, penulis mengucapkan banyak-banyak mohon maaf dan terimakasih atas semua bantuan yang di berikan, semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan rahmatnya bagi Bapak, Ibu dan saudara-saudari sekalian

Atas amal yang baik yang telah diberikan kepada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa terdapat banyak salah kurangnya dan jauh dari kata kesempurnaan. Maka dari itu penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca atas skripsi ini. Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta dan bagi pembaca.



Jember, Juli 2019

Taufiqur Ramadhan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Pemasaran Dan Manejen Pemasaran	11
2.1.2 Gaya Hidup	14
2.1.3 Citra Merek	15
2.1.4 Keputusan Membeli	17
2.1.5 Konsumen	20
2.1.6 Definisi Produk	20
2.1.7 Perilaku Konsumen	21
2.1.8 Sikap Konsumen	21

2.1.9 Perilaku Pembelian Konsumen	22
2.1.10 Faktor-faktor yang mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis	31
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	33
3.1.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	33
3.1.2 Definisi Operasional.....	33
3.2 Desain Penelitian.....	35
3.3 Jenis Data Dan Sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data Dalam Penelitian Ini Adalah ;.....	35
3.3.2 Sumber Data Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah	35
3.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampling	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	36
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampling.....	36
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	37
3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Analisis Regresi Berganda	39
3.9 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.1 Uji Multikolinearitas.....	40
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas	40
3.9.3 Uji Normalitas	40
3.10 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	41
3.11 Pengujian Hipotesis	41
3.11.1 Uji Parsial (<i>t test</i>)	41

3.11.2 Uji Regresi Secara Simultan/Bersama-sama (<i>F test</i>)	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum_	43
4.1.2 Visi dan Misi	45
4.1.3 Gambaran Umum Responden	45
4.2 Analisis Data	48
4.2.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	48
4.2.2 Uji Instrumen	50
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	52
4.2.4 Uji Hipotesis	54
4.3 Pembahasan	56
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Citra Merek (X_1).....	48
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Gaya Hidup (X_2).....	49
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Keputusan Membeli (Y).....	49
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja (X_1).....	50
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X_2).....	51
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Keputusan Membeli (Y).....	51
Tabel 4.11 Uji Reabilitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	55
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi (R^2).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4. 1 Q-Q Plot Keputusan Membeli	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian
A1: Kuisisioner untuk Variabel Citra Merk :.....
A2: Kuisisioner untuk Variabel Gaya Hidup :
A3: Kuisisioner untuk Variabel Keputusan Membeli :
A4: Tabulasi :
Lampiran 2: Hasil Regresi Berganda.....
Lampiran 3: Validitas Dan Realibilitas -1



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah,dkk,Francis.2012.*manajemen Pemasaran*.Jakarta: Grafindo.
- Ajija, Shocrul Rohmatul, dkk. 2011. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Salemba Empat
- Alhusin, Syahri. 2003. *AplikasiStatistikdenganSPSS 10 for windows*.Yogyakarta:GrahaIlmu.
- Alma, Bachuri. 2008. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*.Jakarta: RinekaCipta
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*:Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Angga, dan Budi Santoso.2015.*Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk menggunakanJasa Biro Perjalanan Wisata “Hobi Wisata Tour & Travel” Jember*.Universitas Muhammadiyah Jember: Jurnal Manajemen dan bisnis Indonesia Vol.1.No.1 Juni 2015.
- Bintang Jalasena Anoraga dan Sri Setyo Iriani. 2013. Pengaruh Gaya Hidup danKelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Samsung Galaxy. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 4 Juli 2013.
- Belch, Michael A. 2009. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perpective. 8th Edition.
- Djarwanto,PS dan pangestu , Subagyo. 2005. *Statistik Induktif*, Edisi Keempat.Yogyakarta.
- Dinan, dkk.2016.*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember*. Universitas Muhammadiyah Jember: Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol.2.No.1 Juni 2016

- Engel, Blackwell, dan Miniard. 2004. *Perilaku Konsumen*. Ahli Bahasa: F.X. Budiyanto, jilid II. Jakarta: Binarupa Aksara
- Engel, James. F, Roger. D. Blackwel dan Miniard, Paul. W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D.I, dan Mothersbaugh, D.L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin.
- Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, Gramedia.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Koentjaningrat. 2009. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lusy Ermawati, Raden Andi Sularso dan Imam Suroso. 2016. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Female Bag Sophie Martin Paris di Kota Jember*. Artikel Ilmiah Mahasiswa. Universitas Jember
- Roni Eko Krisyanto, 2016. *Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Kawasaki Ninja di Kabupaten Jember*. Universitas Jember
- Sugihartati, Rahma. 2010. *Membaca Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran Edisi Pertama* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Simamora, Bilson. 2012. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sisilia Oktavia Umboh, Altje Tumbel dan Djurwati Soepono. 2015. Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA* Vol. 3 No. 1, Hal 1096-1105.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

