

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. EIGERINDO
MULTI PRODUK INDUSTRI RANTAUPRAPAT**

PROPOSAL SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu**



OLEH

RARA ORIZA SASA

NPM: 1901100135

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPARAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RARA ORIZA SASA
NPM : 1901100135
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI RANTAUPRAPAT

RANTAUPRAPAT, 2024

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



SITI LAM'AH NASUTION, S.H, M.M
NIDN.0104018102

PEMBIMBING PENDAMPING



ABD. HALIM, SE, M.Si
NIDN.0126128901

MENYETUJUI:

DEKAN



PRISTİYONO, SE, M.Si
NIDN. 0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



ABD. HALIM, SE, M.Si
NIDN. 0126128901

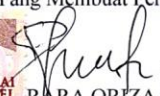
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI


NAMA : RARA ORIZA SASA
NPM : 1901100135
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI RANTAUPRAPAT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas LabuhanBatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atay plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 2024

Yang Membuat Pernyataan


RARA ORIZA SASA
NPM : 1901100135


METERAI TEMPEL
CBB5FALX127873350

ABSTRAK

RARA ORIZA SASA, 1901100135, PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI RANTAUPRAPAT, SKRIPSI, 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat. Jenis penelitian ini adalah Penelitian Asosiatif. Pengumpulan Data dalam Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan *survey* dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden, sedangkan populasi yang dijadikan dalam penelitian ini adalah Pembeli/Pengunjung PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *SPSS (Statistical Product Software Solution)*. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji signifikan parsial (uji t), pengujian signifikan simultan (uji F), dan pengujian koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) diketahui bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian Variabel Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat. Pada pengujian secara simultan (uji F) diketahui bahwa Gaya Hidup, Citra Merek, Produk, dan Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Citra Merek, Produk, Dan Harga, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala pertolongan dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Labuhanbatu. Dalam penulisan Skripsi ini penulis mengangkat judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat”**.

Teristimewa penulis mengucapkan terima kasih kepada ayahanda dan ibunda atas segala kasih sayang dan doa yang tiada henti yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan kepada saudara-saudaraku terima kasih untuk doa dan dukungan yang kalian berikan. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan, yaitu kepada :

1. Bapak Alm. DR. H. Amarullah Nasution, SE, MBA selaku Ketua Yayasan Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Pristiyono, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Abd. Halim, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

5. Ibu Siti Lam'ah Nasution, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak ABDUL HALIM SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya selama penyusunan Proposal Skripsi ini.
6. Kepada kedua Orang Tua Saya yang selama ini memberikan dukungan dan doanya tanpa hentinya.
7. Seluruh Dosen Universitas Labuhanbatu yang selama ini telah memberikan ilmu yang tiada ternilai harganya.
8. Seluruh teman-teman dan semua pihak yang telah memberikan saran dan membantu dalam penyelesaian Proposal Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dalam penyajiannya karena kemampuan yang masih terbatas, untuk itu peneliti dengan rendah hati akan menerima saran-saran dan petunjuk yang bersifat membangun yang ditujukan untuk lebih menyempurnakan Skripsi ini. Harapan peneliti semoga Skripsi ini bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya. Terima Kasih.

Rantauprapat, 07 Desember 2023

Penulis



Rara Oriza Sasa
NPM. 1901100135

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah	6
1. Batasan Masalah	6
2. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Uraian Teori.....	13
1. Gaya Hidup	13
2. Citra Merek	20
3. Produk	24
4. Harga.....	28
5. Keputusan Pembelian.....	34
C. Kerangka Konseptual	37
D. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III. METODE PENELITIAN	41
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
1. Lokasi Penelitian.....	41
2. Waktu Penelitian	41
B. Populasi dan Sampel Penelitian	42
C. Definisi Operasional Variabel	43
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian	45
1. Data Primer	45
2. Data Sekunder.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Uji Instrumen Penelitian	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	49
G. Metode Analisis Data.....	50
1. Analisis Regresi Linier Berganda	50
2. Uji Asumsi Klasik.....	51
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	52

4. Uji Hipotesis	53
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian	55
1. Profil PT Eigerindo	55
2. Visi dan Misi	56
3. Produk-produk Eiger	57
4. Analisis Deskriptif Identitas Responden Penelitian....	57
5. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
6. Hasil Uji Asumsi Klasik	62
7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
9. Uji Hipotesis	71
a. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	71
b. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji f).....	72
B. Pembahasan	73
1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	73
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	75
3. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian	76
4. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	76
5. Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	41
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.3	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	48
3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	49
4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Gaya Hidup.....	59
4.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.....	60
4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Produk.....	60
4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga.....	61
4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.8	<i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	64
4.9	Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas.....	66
4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.12	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.13	Hubungan Antar Variabel	70
4.14	Hasil Uji Parsial (Uji T)	71
4.15	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	72

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Konseptual	39
4.1.	Normal P-Plot	63
4.3.	Grafik Heteroskedastisitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
	Lampiran Kuesioner.....	86