

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI  
SATRIA DI DEALER SUZUKI PETERONGAN  
JOMBANG**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

**Program Studi Majamenen Pemasaran**



**FEBRIANSYAH PUTRA WIJAYA  
1361103**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
(STIE) PGRI DEWANTARA  
JOMBANG  
2017**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Karya sederhana ini ku persembahkan untuk :*

- 1. Ayahku dan Ibunda tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak pernah cukup ku membalas cinta bunda padaku.*
- 2. Seluruh dosen program studi manajemen, bapak-ibu terimakasih untuk semua ilmumu yang telah engkau curahkan buat ku, semoga amal dan baktimu akan mendapat berkah dari Allah.*
- 3. Keluarga besar STIE PGRI DEWANTARA Jombang*
- 4. sahabat – sahabat ku yang tak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terimakasih untuk semangat yang kalian berikan*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya hidup dan Brand image terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Manajemen, di STIE PGRI Dewantara Jombang. Skripsi ini merupakan bagian dari implementasi ilmu yang didapat selama kuliah. terselesaikan skripsi ini tidak terlepas berkat sejmah pihak, untuk itu melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ketua STIE PGRI DEWANTARA Jombang, Ibu. Dra. Yuniep Mujati Suaidah, M.Si
2. Nurul Hidayati, SE Selaku Kaprodi Manajemen.
3. Nuri Purwanto, SST.,MM selaku dosen pembimbing.
4. Ayah dan Ibunda tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak pernah cukup ku membalas cinta bunda padaku.
5. Keluargaku yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
6. Segenap dosen yang telah memberikan ilmunya, terimakasih atas semua ilmu hebat yang engkau berikan, semoga amal dan baktimu mendapat

berkah Allah SWT.

7. Sahabat dan teman – temanku, terimakasih buat do'a dan motivasi yang kalian berikan, terimakasih buat persahabatan dan pertemanan kita dan insyaAllah untuk selamanya.

Tiada kata yang dapat melukiskan kebaikan dan ketulusan yang telah mereka berikan, selain untaian do'a semoga Allah SWT membalasnya dengan yang lebih baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya penulis mengharap kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jombang 20 November 2017

**FEBRIANSYAH PUTRA WIJAYA**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang penelitian masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian terdahulu.....	7
2.2 Gaya hidup .....	8
2.3 Brand image .....	16
2.4 Keputusan pembelian .....	18
2.5 Hubungan brand image dengan keputusan pembelian.....	25
2.6 Hubungan gaya hidup dengan keputusan pembelian .....	26
2.7 Kerangka konseptual .....	27
2.8 Hipotesis.....	28
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan penelitian .....	28
3.2 Lokasi penelitian .....	28
3.3 Definisi operasional.....	28
3.4 Populasi dan sampel.....	32
3.5 Teknik pengumpulan data .....	35
3.6 Instrumen penelitian .....	36
3.7 Teknik analisa data .....	37
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran tempat penelitian.....	44
4.2 Uji instrumen penelitian .....	46
4.3 Deskripsi hasil analisis.....	51
4.4 Pembahasan.....	61
4.5 Kesimpulan pengujian hipotesis.....	63
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan antar variabel .....	27
Gambar 4.1 Histogram .....	54
Gambar 4.2. Kurva penerimaan dan penolakan $H_0$ ( $X_1$ ).....	59
Gambar 4.3. Kurva penerimaan dan penolakan $H_0$ ( $X_2$ ).....	59
Gambar 4.3. Kurva penerimaan dan penolakan $H_0$ (Uji F) .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil penelitian terdahulu .....	7
Tabel 4.1 Uji validitas gaya hidup.....	47
Tabel 4.2 Uji validitas brand image .....	48
Tabel 4.3 Uji validitas keputusan pembelian .....	49
Tabel 4.4 Uji reliabilitas gaya hidup .....	50
Tabel 4.5 Uji reliabilitas brand image .....	50
Tabel 4.6 Uji reliabilitas keputusan pembelian .....	51
Tabel 4.7 Hasil uji normalitas .....	52
Tabel 4.6 Uji multikolinearitas.....	55
Table 4.7 Hasil uji durbin-watson .....	56
Table 4.8 Koefisien model analisis regresi .....	57

## ABSTRAK

FEBRIANSYAH PUTRA WIJAYA. 2017. “Pengaruh Gaya hidup dan Brand image terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang

Kata kunci: Gaya hidup, Brand image dan Keputusan pembelian.

Perubahan gaya hidup, pergeseran kebutuhan konsumen, tentu tidak bisa dibendung sejalan dengan kenaikan daya beli mereka, yang disertai ketersediaan barang dan jasa yang dibutuhkan. Konsumen saat ini hidup dengan berbagai macam kebutuhan dan produsen akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam upaya untuk memenangkan pasar, produsen dituntut untuk memahami perilaku konsumen. Salah satu faktor yang banyak mempengaruhi perilaku konsumen saat ini adalah gaya hidup.

Permasalahan pada penelitian ini adalah Apakah Pengaruh Gaya hidup dan Brand Image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang.

Adapun obyek dalam penelitian ini adalah tentang Pengaruh Gaya hidup dan Brand Image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang

Dalam penelitian ini menggunakan tehnik regresi linier berganda untuk mengetahui berapa besar pengaruh Pengaruh Gaya hidup dan Brand Image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang. uji t test digunakan untuk mengetahui Pengaruh Gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang, Pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang, uji F untuk mengetahui Pengaruh Gaya hidup dan Brand Image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang.

Berdasarkan hasil regresi Variabel Gaya Hidup memiliki tingkat signifikansi(<5%) menghasilkan nilai uji t hitung sebesar 0,182, karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $0,182 < 2,000$ ) yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang menyatakan bahwa ada pengaruh X terhadap Y. Variabel *Brand image* memiliki tingkat signifikansi (<5%) menghasilkan nilai uji t hitung sebesar 11,512, karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $11,512 > 2,000$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan bahwa ada pengaruh X terhadap Y, kesimpulan ada Pengaruh Gaya hidup dan Brand Image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria di Dealer Suzuki Peterongan Jombang.