

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN
GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO**

**(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN
CAKUNG BARAT)**

SKRIPSI

MUZHIROH

2116000030



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2020

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN
GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO**

**(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN
CAKUNG BARAT)**

SKRIPSI

MUZHIROH

2116000030



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
OPPO**

(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN CAKNG BARAT)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 07 September 2020



MUZHIROH
NPM 2116000030

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul:

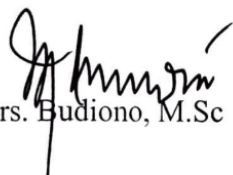
**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
OPPO**

(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN CAKUNG BARAT)

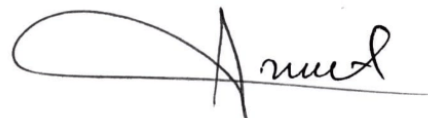
dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Budiono, MSc dan diketahui oleh Kepala Program Studi Drs. Sumitro, MSc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 07 September 2020

Pembimbing,


Drs. Budiono, M.Sc

Kepala Program Studi S1Manajemen


Drs. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

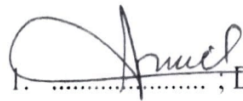
Karya Ilmiah dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
OPPO**

(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN CAKUNG BARAT)

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 09 September 2020 dengan nilai A-

Panitia Ujian Karya Ilmiah



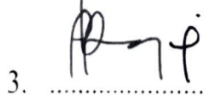
1. ; Drs. Sumitro, M.Sc

(Kepala Program Studi Manajemen)



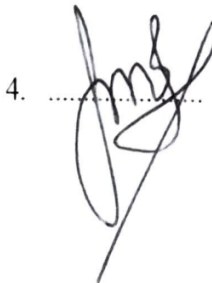
2. ; Drs. Budiono, M.Sc

(Pembimbing)



3. ; Dr. Ir. Meita Pragiwani, MM

(Anggota Penguji)



4. ; Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc

(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Budiono, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Meita Pragiwani, MM dan Bapak Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Pihak Kelurahan Cakung Barat yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Kedua orangtua (Ibu Hj. Siti Asanah & Yayah H. Marto) yang menjadi semangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang selalu memberikan doa dan dukungan moral maupun material.
7. Kakak-kakak saya dan Mamang Henry yang selalu memberi semangat dan membantu saya sehingga karya tulis ilmiah ini selesai pada waktunya.
8. Teman seperbimbingan (Catur, Fajar, dan Dodi) yang selalu berbagi informasi dan saling menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Astani, terimakasih telah menjadi teman baik dan berjuang bersama dari awal hingga akhir dan seterusnya.
10. Isan, Ana, Tati, Goro, Sopi, Pika, Sendi yang telah banyak membantu dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Widi, Anti, Yuni, Mariska, Fitri yang selalu bisa menghibur dengan canda dan tawa serta memberi semangat agar segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Manajemen A 2016 satu perjuangan, semangat meraih masa depan temaan.
13. Dan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberi dukungan moril maupun dukungan yang lain.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, September 2020



Muzhiroh
2116000030

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muzhiroh
NPM : 21160000030
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO

(Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :

Pada tanggal :

Yang Menyatakan,



Muzhiroh

Muzhiroh
NPM : 21160000030
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Drs. Budiono, M.Sc

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
OPPO
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) seberapa besar pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada masyarakat Kelurahan Cakung Barat, (2) seberapa besar pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada masyarakat Kelurahan Cakung Barat, (3) seberapa besar pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada masyarakat Kelurahan Cakung Barat, dan (4) seberapa besar pengaruh persepsi kualitas, motivasi dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada masyarakat Kelurahan Cakung Barat.

Metoda survey sebagai metoda penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Cakung Barat yang pernah melaukan pembelian *smartphone* Oppo. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* sebanyak 97 responden. Metoda yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner (angket). Metoda analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis koefisien determinasi parsial dan berganda, serta pengujian hipotesis.

Hasil penelitian meunjukkan secara parsial persepsi kualitas berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 46,78% dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Oppo. Secara parsial motivasi konsumen tidak berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 28,30% dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Oppo. Dan gaya hidup konsumen secara parsial berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 31,36% dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Oppo. Serta secara simultan persepsi kualitas, motivasi dan gaya hidup konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo dengan besar pengaruhnya adalah 51,69%.

Kata Kunci : Persepsi kualitas, motivasi, gaya hidup, dan keputusan pembelian.

Muzhiroh
NPM : 21160000030
Program Studi S-1 Manajemen

Advisor :
Drs. Budiono, M.Sc

THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY, MOTIVATION AND LIFE STYLE CONSUMER OF PURCHASING DECISION OPPO SMARTPHONE (Case Study in the Community of Kelurahan Cakung Barat)

ABSTRACT

This study aims to determine (1) how much influence the perceived quality of the Oppo smartphone purchase decision in the community of Kelurahan Cakung Barat, (2) how much influence the consumer's motivation on purchasing decision for Oppo smartphone in the community of Kelurahan Cakung Barat, (3) how much influence the consumer's lifestyle on purchasing decisions for Oppo smartphone in the community of Cakung Barat, and (4) how much influence is the perceived quality, motivation and lifestyle of consumers on the Oppo smartphone purchase decision in the community of Kelurahan Cakung Barat.

Survey method as a research method with a quantitative approach. The population of this research is the community of Kelurahan Cakung Barat who have purchased an Oppo smartphone. Sampling using non-probability sampling technique of 97 respondents. The method used in data collection is a questionnaire. The analysis method used is validity test, reliability test, partial and multiple determination coefficient analysis, and hypothesis testing.

The results show that partially the perception of quality has a significant effect with a contribution of 46.78% in influencing the purchase decision of an Oppo smartphone. Partially, consumer motivation has no significant effect with a contribution of 28.30% in influencing the purchase decision of an Oppo smartphone. And the lifestyle of consumers partially has a significant effect with a contribution of 31.36% in influencing the purchasing decision of an Oppo smartphone. As well as simultaneously perceived quality, motivation and lifestyle of consumers have a significant effect on purchasing decisions for Oppo smartphones with a large effect of 51.69%.

Keywords : Perceived quality, motivation, lifestyle, and purchasing decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	13

	Halaman
2.2.1. Perilaku Konsumen	13
2.2.2. Keputusan Pembelian	14
2.2.3. Persepsi Konsumen	20
2.2.4. Motivasi Konsumen	23
2.2.5. Gaya Hidup	26
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian	30
2.4. Pengembangan Hipotesis	31
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	31
BAB 3 METODA PENELITIAN	33
3.1. Strategi Penelitian.....	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1. Populasi Penelitian	33
3.2.2. Sampel Penelitian.....	34
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	35
3.4. Operasionalisasi Variabel	37
3.5. Motoda Analisis Data	41
3.5.1. Analisis Deskriptif	42
3.5.2. Uji Validitas	42
3.5.3. Uji Reliabilitas	42
3.5.4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.5.5. Uji Hipotesis	44
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Deskripsi Perusahaan.....	46
4.2. Deskripsi Responden	48
4.3. Deskripsi Data	49
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	52
4.4.1. Uji Validitas	52
4.4.2. Uji Reliabilitas	54
4.5. Analisis Statistik Data.....	56

	Halaman
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi	56
4.5.2. Uji Hipotesis	58
4.6. Temuan Hasil Penelitian	60
4.6.1. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.2. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	62
4.6.4. Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran	66
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	67
DAFTAR REFERENSI	68
LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI	95

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1.	Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1.	Skala Likert	36
Tabel 3.2.	Modifikasi Skala Likert	37
Tabel 3.3.	Operasionalisasi Variabel Persepsi Kualitas	40
Tabel 3.4.	Operasionalisasi Variabel Motivasi Konsumen	40
Tabel 3.5.	Operasionalisasi Variabel Gaya Hidup Konsumen	41
Tabel 3.6.	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.1.	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2.	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3.	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4.	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .	49
Tabel 4.5.	Hasil Validitas Instrumen Persepsi Kualitas	52
Tabel 4.6.	Hasil Validitas Instrumen Motivasi	53
Tabel 4.7.	Hasil Validitas Instrumen Gaya Hidup	53
Tabel 4.8.	Hasil Validitas Instrumen Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.9.	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas	54
Tabel 4.10.	Hasil Uji Reliabilitas Motivasi	55
Tabel 4.11.	Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup	55
Tabel 4.12.	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.13.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	56
Tabel 4.14.	Koefisien Determinasi Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.15.	Koefisien Determinasi Motivasi dengan Keputusan Pembelian	57

	Halaman
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Simultan.....	58
Tabel 4.18. Hasil Uji t	59
Tabel 4.19. Hasil Uji F	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	32
Gambar 4.1. Logo OPPO	47
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Kualitas	50
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Motivasi	51
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Gaya Hidup	51
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Persepsi Kualitas	76
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Motivasi	79
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Gaya Hidup	82
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	85
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	88
Lampiran 7. Uji Validitas Variabel Motivasi	89
Lampiran 8. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	90
Lampiran 9. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	91
Lampiran 10. Uji Reliabilitas	92
Lampiran 11. Koefisien Determinasi	93
Lampiran 12. Uji Hipotesis	