

**PENGARUH *GAYA HIDUP*, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG
(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok)**

SKRIPSI

**DICKY ALVIANTO
21150000273**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH *GAYA HIDUP*, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG
(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok)**

SKRIPSI

**DICKY ALVIANTO
21150000273**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 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 dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 03 Agustus 2020



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Engkur, S.IP., ME. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

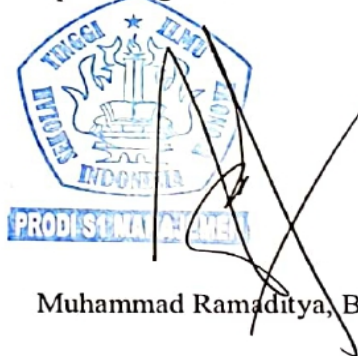
Jakarta, 03 Agustus 2020

Pembimbing,



Dr. Engkur, S.IP., ME.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



The stamp is circular with a blue border containing the text 'SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA'. Inside the circle is a logo featuring a book, a lamp, and a star. Below the stamp is a blue rectangular stamp with the text 'PRODISMANAJEMEN'. A large, bold, handwritten signature in black ink is written over the stamp and extends to the right.

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

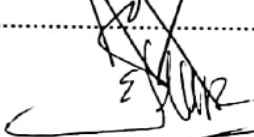
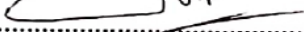
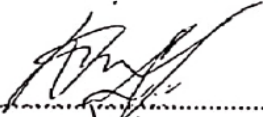
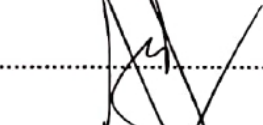
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
SAMSUNG
(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 18 September 2020 dengan nilai B+.

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Dr. Engkur, S.IP., ME.
(Pembimbing)
3.  ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Anggota Penguji)
4.  ; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

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

Skripsi 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 terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Engkur, S.IP., ME. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Pihak Kantor Kecamatan Tanjung Priok yang telah mengizinkan melaksanakan penelitian dan membantu dalam memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Kedua orang tua peneliti (Ibu Ani Holisah dan Bapak Widodo) serta kakak-adik tercinta (Irvan Pangestu dan Rizky Alviandi) yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, nasehat, perhatian dan kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
7. Rahma Chaeriyah, S.M dan Ummu Amaliah, S.M yang selalu memberi motivasi dan menemani disaat proses penyusunan skripsi.
8. Sahabat-sahabat SMA (Roy, Taufik, Yogi, Vani, Septian dan Erlanda) yang selalu memberikan doa, support dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

9. Sahabat-sahabat seperjuangan skripsi (Hary Taufan, Andrian, Siti Choirunisa Sitompul), dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan, semangat, dan telah mengisi hari-hari peneliti selama menyelesaikan studi dengan suka cita.

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

Jakarta, 03 Agustus 2020



DICKY ALVIANTO

NPM 21150000273

HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dicky Alvianto
NPM : 21150000273
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul :

PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok)

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 skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 03 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Dicky Alvianto

Nama: Dicky Alvianto
NPK: 21150000273
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Dr. Engkur, S.IP.,ME

**PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG
(STUDY KASUS DI WILAYAH KECAMATAN TANJUNG PRIOK)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *gaya hidup*, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pengguna smartphone Samsung.

Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi asosiatif yang bersifat kausal. populasi dalam penelitian ini adalah yang menggunakan Smartphone Samsung di wilayah Tanjung Priok. Sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi parsial, simultan, dan uji hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial dan simultan *gaya hidup*, persepsi harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung. Semakin tinggi persepsi pengguna Samsung terhadap *gaya hidup*, dengan harga terjangkau dan semakin baik promosinya, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

Name: Dicky Alvianto
NPK: 21150000273
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Dr. Engkur, S.IP.,ME

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, PRICE PERCEPTION, AND
PROMOTION ON DECISION PURCHASES OF SAMSUNG
SMARTPHONE
(Case Study in the District of Tanjung Priok)**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of lifestyle, price perception, and promotion on purchasing decisions of Samsung smartphone users.

The research strategy used is an associative strategy that is causal. The population in this study is the one using a Samsung Smartphone in the Tanjung Priok area. The sample in this study were 97 respondents. The data analysis used is the analysis of the coefficient of determination of partial, simultaneous, and hypothesis testing. The data used in this study are primary data. The data collection technique used a questionnaire method.

The results prove that partially and simultaneously lifestyle, price perceptions, and promotions have a significant effect on purchasing decisions for Samsung smartphones. The higher the perception of Samsung users on the lifestyle, at an affordable price and the better the promotion, the more purchasing decisions they will make for the product.

Keywords: Lifestyle, Price Perception, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>Gaya Hidup</i>	11
2.2.2. Persepsi Harga	13

	Halaman
2.2.3. Promosi	17
2.2.4. Keputusan Pembelian.....	18
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	20
2.4. Pengembangan Hipotesis	21
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	22
 BAB III METODA PENELITIAN	 23
3.1. Strategi Penelitian.....	23
3.2. Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1. Populasi penelitian	22
3.2.2. Sampel penelitian.....	24
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	25
3.3.1. Jenis data	25
3.3.2. Cara pengumpulan data.....	25
3.4. Operasionalisasi Variabel	29
3.5. Metoda Analisis Data	31
3.5.1. Cara pengolahan dan penyajian data.....	31
3.5.2. Analisis statistik data	31
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 34
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	34
4.2. Deskripsi Responden	34
4.3. Deskripsi Data.....	36
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	39
4.4.1. Uji validitas	39
4.4.2. Uji reliabilitas	40
4.5. Analisis Statistik Data	41
4.5.1. Analisis koefisien determinasi (KD).....	41
4.5.2. Pengujian hipotesis	43
	44

4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	
4.6.1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.6.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.6.3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1. Simpulan	46
5.2. Saran	46
5.3. Keterbatasan.....	47
 DAFTAR REFERENSI	 48
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Five Smartphone Vendors di Indonesia.....	4
Tabel 2.1. Review Penelitian terdahulu.....	8
Tabel 3.1. Instrumen Skala Likert	26
Tabel 3.2. Variabel Gaya Hidup.....	26
Tabel 3.3. Indikator Variabel Persepsi Harga	27
Tabel 3.4. Indikator Variabel Promosi.	27
Tabel 3.5. Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	27
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	36
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan/Rata-rata perbulan.....	36
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel-variabel Penelitian.....	40
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel <i>Gaya Hidup</i> (X_1)	36
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Persepsi harga (X_2)	36
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Promosi (X_3)	37
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner Gaya Hidup (X_1)	54
Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X_2)	57
Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner Variabel Promosi (X_3)	60
Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Gaya Hidup</i> (X_1)	66
Lampiran 7. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Harga (X_2)	67
Lampiran 8. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi (X_3)	68
Lampiran 9. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	69
Lampiran 10. Hasil Pengolahan Data Koefisien Korelasi Pembentuk Koefisien Determinasi	70
Lampiran 11. Hasil Pengolahan Data SPSS Pengujian Hipotesis (Uji t dan Uji F)	70
Lampiran 12. Struktur Organisasi	71
Lampiran 13. Surat Keterangan Riset	72
Lampiran 14. Daftar Riwayat hidup.....	73