

**PENGARUH HARGA, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE VIVO**

**(Studi Kasus Pada Warga RW 03 Cakung Barat)**

**SKRIPSI**

**WIDI FATMA RUKOYAH**

**21160000056**



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

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

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH HARGA, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE VIVO**

**(Studi Kasus Pada Warga RW 03 Cakung Barat)**

**SKRIPSI**

**WIDI FATMA RUKOYAH**

**2116000056**



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

**JAKARTA**

**2021**

# **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

## **PENGARUH HARGA, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* VIVO**

**(Studi Kasus Pada Warga RW 03 Cakung Barat)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) 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, 30 Agustus 2021

**WIDI FATMA RUKOYAH**

NPM 21160000056

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO  
(Studi Kasus Pada Warga RW 03 Cakung Barat)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Sri Handoko Sakti, S.E., MMTr 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, 30 Agustus 2021

Pembimbing



(Sri Handoko Sakti, S.E., MMTr)

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



(Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc)

# HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:


## **PENGARUH HARGA, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO***


**(Studi Kasus Pada Warga RW 03 Cakung Barat)**


Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 2021 dengan nilai

### **Panitia Ujian Skripsi**

1.  ..... ; Muhammad Ramaditya. BBA. M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  ..... ; Sri Handoko Sakti, S.E.,MMTr  
(Dosen Pembimbing)

3.  ..... ; Muhammad Ramaditya. BBA. M.Sc  
(Anggota Penguji 1)

4.  ..... ; Rama Chandra,SE.,ME  
(Anggota Penguji 2)

## 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 Sri Handoko Sakti, S.E., MMTr selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Muhammad Ramaditya. BBA. M.Sc dan Bapak Rama Chandra,SE.,ME 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. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA. M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Pihak Rw 003 Cakung Barat yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Kedua orangtua Ibu Hj.Akmaliyah menjadi semangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang selalu memberikan doa dan dukungan moral maupun material serta tidak lupa kepada Alm. H.Abdul Rosyid yang selalu saya rindukan .
7. Kepada saudara saya Ka kiki, Ka Zeny, Ka ria, dan Bang Isal yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya
8. Dameria dan Muziroh terima kasih telah menjadi teman yang baik yang selalu memberi semangat, menyempatkan waktunya untuk membantu saya disaat

saya mengerjakan skripsi sehingga karya tulis ilmiah ini selesai pada waktunya.

9. Ahmad Mawardi, terima kasih karna telah mesupport saya dalam mengerjakan skripsi serta terima kasih untuk Rm, Jin, J-Hope, Suga, V, Jimin, Jungkook berkat karya kalian saya lebih semangat mengerjakan skripsi.
10. Fitri, Alya, Mariska, Yuni, Miranti, Shila yang selalu bisa menghibur dengan canda dan tawa serta memberi semangat agar segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman Manajemen A 2016 satu perjuangan, semangat meraih masa depan temaan.
12. 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,30 Agustus 2021

**WIDI FATMA RUKOYAH**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

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

Nama : Widi Fatma Rukoyah  
NPM : 21160000056  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non- Exclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH HARGA, MOTIVASI DAN GAYA  
HIDUP KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
VIVO**

**(Studi Kasus Pada Warga RW 03 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 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 : 30 Agustus 2021

Yang menyatakan,

Widi Fatma Rukoyah



Widi Fatma Rukoyah  
NPM : 21160000056  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Sri Handoko Sakti, S.E., MMTr

**PENGARUH HARGA, MOTIVASI, DAN GAYA HIDUP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* VIVO  
(Studi Kasus Pada Warga RW 03 Cakung Barat)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada warga RW 03 Cakung Barat (2) Apakah Motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada warga RW 03 Cakung Barat (3) Apakah Gaya Hidup konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada warga RW 03 Cakung Barat (4) Apakah Harga, Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada warga RW 03 Cakung Barat

Metoda survey sebagai metoda penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah warga Rw 03 Cakung Barat yang pernah melaukan pembelian *smartphone* Vivo. 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 harga berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 62,09% dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Vivo. Secara parsial motivasi konsumen berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 66,68% dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Vivo. Dan gaya hidup konsumen secara parsial berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 50,12% dalam mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Vivo. Serta secara simultan persepsi kualitas, motivasi dan gaya hidup konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo dengan besar pengaruhnya adalah 67,24%.

***Kata Kunci: Harga, motivasi, gaya hidup, dan keputusan pembelian.***

Widi Fatma Rukoyah  
NPM : 21160000056  
Program Studi S-1 Manajemen

Advisor :  
Sri Handoko Sakti, S.E., M.Mtr

**THE INFLUENCE OF PRICE, MOTIVATION, AND CONSUMER LIFESTYLE ON VIVO SMARTPHONE PURCHASE DECISION  
(Case Study on Residents of RW 03 Cakung Barat)**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine (1) Does the price affect the purchasing decisions of Vivo smartphones in residents of RW 03 Cakung Barat (2) Does motivation affect the purchasing decisions of Vivo smartphones in residents of RW 03 Cakung Barat (3) Does consumer lifestyle affect purchasing decisions Vivo smartphones in residents of RW 03 Cakung Barat (4) Do prices, motivations and consumer lifestyles simultaneously affect the purchasing decisions of Vivo smartphones in residents of RW 03 Cakung Barat*

*Survey method as a research method with a quantitative approach. The population of this study were residents of Rw 03 Cakung Barat who had purchased a Vivo smartphone. Sampling using non-probability sampling technique as many as 97 respondents. The method used in data collection is a questionnaire (questionnaire). The analytical method used is validity test, reliability test, partial and multiple determination coefficient analysis, and hypothesis testing.*

*The results showed that partially the price had a significant effect with a contribution of 62.09% in influencing the Vivo smartphone purchase decision. Partially, consumer motivation has a significant effect with a contribution of 66.68% in influencing Vivo smartphone purchase decisions. And consumer lifestyle partially has a significant effect with a contribution of 50.12% in influencing Vivo smartphone purchasing decisions. And simultaneously the perception of quality, motivation and lifestyle of consumers have a significant effect on purchasing decisions Vivo smartphones with a large effect of 67.24%.*

***Keywords: price, motivation, lifestyle, and purchasing decision.***

## DAFTAR ISI

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
<b>BAB 1    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2    KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Harga.....	11
2.2.2. Motivasi .....	12
2.2.3. Teori Motivasi Maslow .....	14
2.2.4. Dinamika Proses Motivasi .....	15
2.2.5. Gaya Hidup .....	15

2.2.6.	Klasifikasi Gaya Hidup.....	17
2.2.7.	Dimensi Gaya Hidup.....	18
2.3.	Hubungan antar Variabel Penelitian.....	19
2.3.1	Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian ..	19
2.3.2	Hubungan Motivasi Konsumen dengan keputusan pembelian.....	19
2.3.3	Hubungan Gaya Hidup Konsumen dengan Keputusan Pembelian ..	20
2.4.	Pengembangan Hipotesis.....	20
2.5.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
<b>BAB 3</b>	<b>METODA PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1.	Strategi Penelitian.....	22
3.2.	Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1.	Populasi Penelitian.....	22
3.2.2.	Sampel Penelitian.....	23
3.3.	Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	24
3.4.	Operasionalisasi Variabel .....	26
3.5.	Motoda Analisis Data .....	31
3.5.1.	Analisis Deskriptif .....	31
3.5.2.	Uji Validitas .....	31
3.5.3.	Uji Reliabilitas .....	32
3.5.4.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	32
3.5.5.	Uji Hipotesis .....	33
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1.	Deskripsi Perusahaan.....	36
4.2.	Deskripsi Responden .....	37
4.3.	Deskripsi Data .....	39
4.4.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
4.4.1.	Uji Validitas .....	42

4.4.2.	Uji Reliabilitas .....	44
4.5.	Analisis Statistik Data.....	46
4.5.1.	Analisis Koefisien Determinasi .....	46
4.5.2.	Uji Hipotesis .....	49
4.6.	Temuan Hasil Penelitian.....	51
4.6.1.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6.2.	Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.3.	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.4.	Pengaruh Harga, Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	53
<b>BAB 5</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
5.1.	Kesimpulan .....	55
5.2.	Saran .....	56
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya .....	57
	DAFTAR REFERENSI .....	58
	LAMPIRAN .....	60
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI .....	85

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Skala Likert .....	25
<b>Tabel 3.2.</b> Operasionalisasi Variabel Harga.....	29
<b>Tabel 3.3.</b> Operasionalisasi Variabel Motivasi Konsumen .....	29
<b>Tabel 3.4.</b> Operasionalisasi Variabel Gaya Hidup Konsumen.....	30
<b>Tabel 3.5.</b> Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	30
<b>Tabel 4.1.</b> Data karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
<b>Tabel 4.2.</b> Data karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
<b>Tabel 4.3.</b> Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
<b>Tabel 4.4.</b> Data Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .	39
<b>Tabel 4.5.</b> Validitas Instrumen Per Butir Harga ( $X_1$ ).....	42
<b>Tabel 4.6.</b> Validitas Instrumet Per Butir Motivasi ( $X_2$ ).....	42
<b>Tabel 4.7.</b> Validitas Instrumen Per Butir Gaya Hidup ( $X_3$ ).....	43
<b>Tabel 4.8.</b> Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y).....	43
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Reliabilitas Harga ( $X_1$ ) .....	44
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Uji Reliabilitas Motivasi ( $X_2$ ).....	44
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup ( $X_3$ ).....	45
<b>Tabel 4.12.</b> Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	45
<b>Tabel 4.13.</b> Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	46
<b>Tabel 4.14.</b> Koefisien Determinasi Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian.....	46
<b>Tabel 4.15.</b> Koefisien Determinasi Motivasi dengan Keputusan Pembelian.....	47
<b>Tabel 4.16.</b> Koefisien Determinasi Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.....	48
<b>Tabel 4.17.</b> Koefisien Determinasi Simultan .....	48
<b>Tabel 4.18.</b> Hasil Uji t .....	49
<b>Tabel 4.19.</b> Hasil Uji F .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Penelitian .....	21
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga.....	40
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Motivasi .....	40
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Skala Likert Variabel Gaya Hidup.....	41
<b>Gambar 4.4.</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	60
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Data Variabel Harga .....	66
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Data Variabel Motivasi .....	69
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi Data Variabel Gaya Hidup .....	72
<b>Lampiran 5.</b> Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	75
<b>Lampiran 6.</b> Uji Validitas Variabel Harga.....	78
<b>Lampiran 7.</b> Uji Validitas Variabel Motivasi .....	78
<b>Lampiran 8.</b> Uji Validitas Variabel Gaya Hidup .....	78
<b>Lampiran 9.</b> Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	79
<b>Lampiran 10.</b> Uji Reliabilitas .....	80
<b>Lampiran 11.</b> Koefisien Determinasi.....	81
<b>Lampiran 12.</b> Uji Hipotesis .....	82



