

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *LIFE STYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN PERSEPSI HARGA
SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*
(SURVEI PADA KONSUMEN PIZZA HUT CABANG MADIUN)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ida Rohmawati

NIM : 14413567

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan *Life Style* terhadap Keputusan Pembelian dengan Persepsi Harga sebagai Variabel *Moderating* (Survei pada konsumen Pizza Hut cabang Madiun)

Nama : Ida Rohmawati

NIM : 14413567

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Disetujui oleh:

Pembimbing I


Titi Rapini, SE, MM

NIDN 0005056301

Pembimbing II


Dra. Umi Farida, MM

NIDN 0710016101

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


Titi Rapini, SE.MM

NIDN 0005056301

Dosen Penguji :

Sekretaris

Ketua


Titi Rapini, SE, MM

NIDN 0005056301


Naning Kristiyana, SE, MM

NIDN 0721117501

Anggota


Drs. Ec. Purwanto, MM

NIDN 0702105301

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LIFE STYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN PERSEPSI HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERATING (SURVEI PADA KONSUMEN PIZZA HUT CABANG MADIUN)**”, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana faktor kualitas produk dan *life style* yang paling mempengaruhi keputusan pembelian dengan persepsi harga sebagai variabel moderating pada konsumen Pizza Hut cabang Madiun.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah sampel 96 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, *Moderated Regression Analysis* (MRA), analisis koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis.

Dari hasil analisis diperoleh simpulan sebagai berikut: 1) Uji analisis regresi sederhana juga didapatkan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,1$) dan nilai t-hitung sebesar $7,126 > t\text{-tabel } 1,662$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada konsumen Pizza Hut cabang Madiun. 2) Uji analisis regresi sederhana juga didapatkan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,1$) dan nilai t-hitung sebesar $7,303 > t\text{-tabel } 1,662$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *life style* berpengaruh terhadap variabel keputusan

pembelian pada konsumen Pizza Hut cabang Madiun. 3) Nilai signifikansi variabel moderat 1 (kualitas produk x persepsi harga) pada persamaan sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,1 dan nilai t-hitung $-2,468 < t\text{-tabel } 1,662$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel moderat 1 (kualitas produk x persepsi harga) berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada konsumen Pizza Hut cabang Madiun. 4) Nilai signifikansi variabel moderat 2 (*life style* x persepsi harga) pada persamaan sebesar 0,043 lebih kecil dari 0,1 dan nilai t-hitung $-2,057 < t\text{-tabel } 1,662$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel moderat 2 (*life style* x persepsi harga) berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada konsumen Pizza Hut cabang Madiun.

Key Word: Kualitas Produk, Life Style, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga dengan segala kemampuan serta kesungguhan hati, maka terselesaikanlah penyusunan skripsi untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *LIFE STYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN PERSEPSI HARGA SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* (SURVEI PADA KONSUMEN PIZZA HUT CABANG MADIUN)”** dengan tiada halangan suatu apapun.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus selaku dosen pembimbing I, atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM. Selaku Kepala Program Studi Jurusan Manajemen dan sekaligus selaku dosen pembimbing II, atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

3. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk dibangku kuliah.
4. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu yang saya hormati dan sayangi, yang telah membesarkan, merawat, mendidik, dan telah memberi dukungan, semangat, memberikan segala yang terbaik untuk saya, serta do'a yang tiada henti.
5. Rekan seperjuangan Manajemen A angkatan 2014 yang selalu memotivasi dan memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
6. Semua pihak dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan penulis satu per satu, yang banyak memberikan bantuan sampai selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Ponorogo, 09 Juli 2018

Penulis

(Ida Rohmawati)

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 09 Juli 2018



Ida Rohmawati
NIM. 14413567

MOTTO

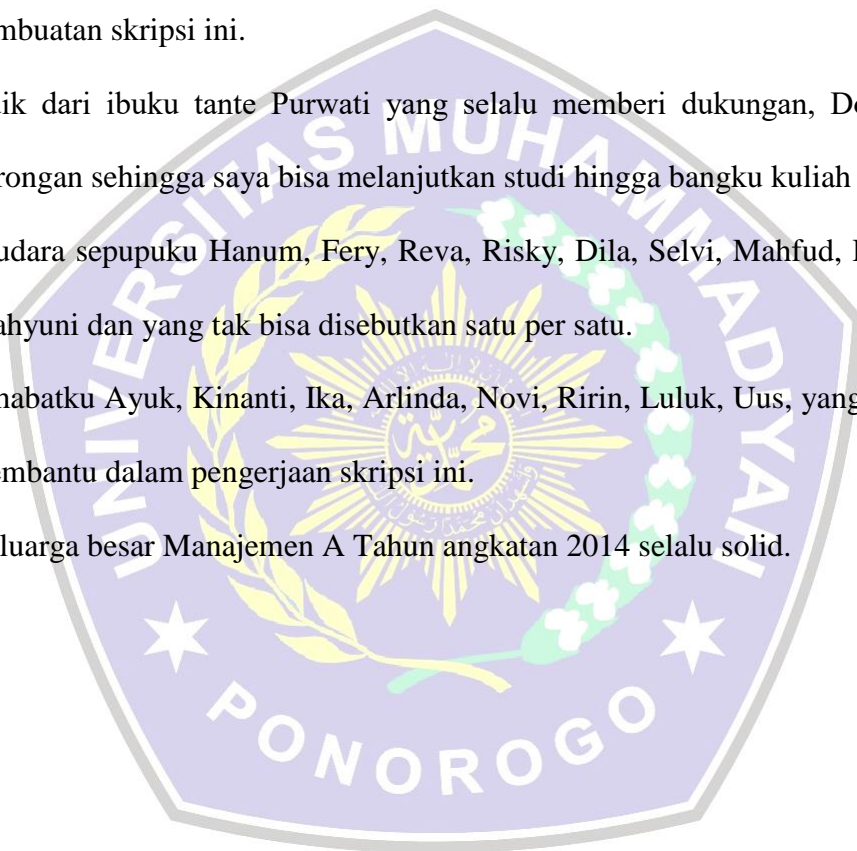
*Seberapa kuat anda menghadapi masalah,
disitulah anda merasakan sebuah tantangan hidup
yang sebenarnya.*



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Bismillah, ku persembahkan skripsi ini kepada:

- ✚ Kedua orang tuaku tersayang Bpk. Suprianto dan Ibu. Tutik yang telah membesarkan dan mencurahkan kasihnya kepadaku.
- ✚ Mas Arif Riyanto yang selalu memberi semangat, Do'a, dan motivasi dalam pembuatan skripsi ini.
- ✚ Adik dari ibuku tante Purwati yang selalu memberi dukungan, Do'a, dan dorongan sehingga saya bisa melanjutkan studi hingga bangku kuliah ini.
- ✚ Saudara sepupuku Hanum, Fery, Reva, Risky, Dila, Selvi, Mahfud, Dwi, Sri Wahyuni dan yang tak bisa disebutkan satu per satu.
- ✚ Sahabatku Ayuk, Kinanti, Ika, Arlinda, Novi, Ririn, Luluk, Uus, yang banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
- ✚ Keluarga besar Manajemen A Tahun angkatan 2014 selalu solid.



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	v
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vii
Motto	viii
Persembahan	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Tujuan Penelitian	11
1.4.2. Manfaat Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3.1. Konsep Bauran Pemasaran.....	18
2.1.4. Kualitas Produk.....	19
2.1.4.1. Pengertian Produk.....	19
2.1.4.2. Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.1.5. Gaya Hidup (<i>Life Style</i>).....	22
2.1.5.1. Pengertian Gaya Hidup (<i>Life Style</i>).....	22
2.1.5.2. Pengukuran Gaya Hidup.....	21
2.1.6. Persepsi Harga.....	26
2.1.6.1. Pengertian Harga.....	26
2.1.6.2. Pengertian Persepsi Harga.....	27
2.1.7. Perilaku Konsumen.....	29
2.1.7.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	31
2.1.8. Keputusan Pembelian.....	35
2.2. Penelitian Terdahulu.....	38
2.3. Kerangka Pemikiran.....	44
2.4. Hipotesis.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	47
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
3.2.1. Populasi.....	47
3.2.2. Sampel.....	48
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1. Jenis Data.....	49
3.3.2. Sumber Data.....	50
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4.1. Kuesioner.....	51
3.4.2. Studi Kepustakaan.....	51
3.5. Skala Pengukuran.....	52
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	52
3.6.1. Definisi Variabel.....	52
3.6.2. Variabel Independen (bebas).....	53
3.6.2.1. Kualitas Produk (X1).....	53
3.6.2.2. <i>Llife Style</i> (X2).....	54
3.6.3. Variabel Moderator.....	55
3.6.3.1. Persepsi Harga.....	55
3.6.4. Variabel Dependen (terikat).....	56
3.6.4.1. Keputusan Pembelian.....	56
3.7. Metode Analisis Data.....	56
3.7.1. Uji Instrumen.....	56

3.7.1.1. Uji Validitas.....	56
3.7.1.2. Uji Reliabilitas.....	58
3.7.2. <i>Moderated Regression Analysis</i>	59
3.7.2.1. Tahap Pertama Regresi Linier Sederhana.....	59
3.7.2.2. Tahap Kedua <i>Moderated Regression Analysis</i>	60
3.7.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	61
3.7.4. Uji Hipotesis.....	61
3.7.4.1. Uji T (Uji Parsial).....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.1.1. Sejarah Singkat Pizza Hut.....	62
4.1.2. Sejarah Pizza Hut di Indonesia.....	63
4.1.3. Visi, Misi, dan Nilai Pizza Hut di Indonesia.....	64
4.1.4. Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	67
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	69
4.2.1. Deskripsi Responden.....	69
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian/Tanggapan Responden.....	73
4.3.1. Variabel Kualitas Produk (X1).....	73
4.3.2. Variabel <i>Life Style</i> (X2).....	75

4.3.3. Variabel Persepsi Harga (M)	77
4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	79
4.4. Uji Instrumen Penelitian	82
4.4.1. Uji Validitas	82
4.4.2. Uji Reliabilitas	84
4.5. <i>Moderated Regression Analysis</i>	85
4.5.1. Tahap Pertama Regresi Linier Sederhana	85
4.5.2. Tahap Kedua <i>Moderated Regression Analysis</i>	88
4.6. Koefisien Determinasi (R^2)	93
4.6.1. Koefisien Determinasi (R^2) Sebelum Moderasi	93
4.6.2. Koefisien Determinasi (R^2) Sesudah Moderasi Model 1	95
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2) Sesudah Moderasi Model 2	95
4.7. Uji Signifikansi Parsial (t)	96
4.7.1. Uji Signifikansi Parsial (t) Sebelum Moderasi	96
4.7.2. Uji Signifikansi Parsial (t) Sesudah Moderasi Model 1	98
4.7.3. Uji Signifikansi Parsial (t) Sesudah Moderasi Model 2	100
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian	101
4.8.1. Pengaruh Langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	101
4.8.2. Pengaruh Langsung <i>Life Style</i> terhadap Keputusan Pembelian	103
4.8.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dimoderasi oleh Persepsi Harga	104

4.8.4. Pengaruh <i>Life Style</i> terhadap Keputusan Pembelian dimoderasi oleh Persepsi Harga	106
--	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA

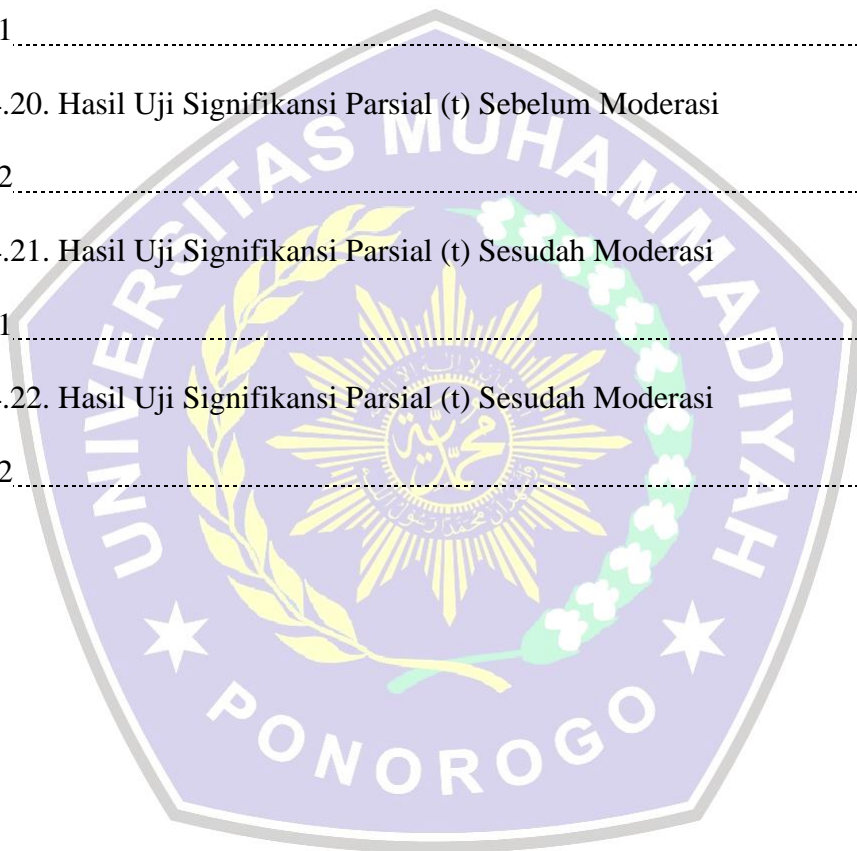
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jenis dan Varian Topping Pizza Hut Madiun	2
Tabel 1.2. Data Penjualan Pizza Hut Madiun	2
Tabel 2.1. Dimensi Pengukuran Gaya Hidup AIO	25
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	72
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	74
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai <i>Life Style</i>	76
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harga	78
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	80
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi Sederhana Model 1	85
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi Sederhana Model 2	87
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> Model 1	88
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> Model 2	91
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sebelum Moderasi Model 1	93
Tabel 4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sebelum Moderasi	

Model 2.....	94
Tabel 4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sesudah Moderasi	
Model 1.....	95
Tabel 4.18. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sesudah Moderasi	
Model 2.....	96
Tabel 4.19. Hasil Uji Signifikansi Parsial (t) Sebelum Moderasi	
Model 1.....	97
Tabel 4.20. Hasil Uji Signifikansi Parsial (t) Sebelum Moderasi	
Model 2.....	98
Tabel 4.21. Hasil Uji Signifikansi Parsial (t) Sesudah Moderasi	
Model 1.....	99
Tabel 4.22. Hasil Uji Signifikansi Parsial (t) Sesudah Moderasi	
Model 2.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen Sederhana	30
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	36
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	1
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian	2
Lampiran 3. Output SPSS Uji Validitas	3
Lampiran 4. Output SPSS Uji Reliabilitas	4
Lampiran 5. Output Analisis Regresi Linier Sederhana dan <i>Moderated Regression Analysis</i>	5
Lampiran 6. Berita Acara Bimbingan	6

