

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NAAVAGREEN DENGAN  
MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Kasus pada Mahasiswi Managemen Angkatan Tahun 2014 di Universitas  
Muhammadiyah Ponorogo)



Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Wafin Itasari

Nim : 14413644

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2018**

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NAAVAGREEN DENGAN  
MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Kasus pada Mahasiswi Managemen Angkatan Tahun 2014 di Universitas  
Muhammadiyah Ponorogo )



Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Wafin Itasari

Nim : 14413644

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen dengan Merek sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Wafin Itasari

Nim : 14413644

Program Studi: Manajemen

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

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 18 Juli 2018

Pembimbing I

Titi Rapiati, SE, MM  
NIDN. 0005056301

Pembimbing II

Siti Chamidah, SE, M.Si  
NIDN. 0019057101

Mengetahui :  
Dean Fakultas Ekonomi



Titi Rapiati, SE, MM  
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji

Ketua

Titi Rapiati, SE, MM  
NIDN. 0005056301

Sekretaris

Drs. Ec. Purwanto, MM  
NIDN. 0702105301

Anggota

Dra. Umi Farida, MM  
NIDN. 0710016101

## RINGKASAN

Judul dari penelitian ini **Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen Dengan Merek sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)** tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Naavagreen pada mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014 terhadap Keputusan Pembelian dengan menggunakan variabel Merek sebagai variabel moderasi.

Setelah dilakukan analisis diperoleh hasil sebagai berikut: 1) Dari uji analisis regresi sederhana Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $7,967 > 2,014$  dari  $t$  tabel. Artinya terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014. 2) Hasil uji regresi sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $8,189 > 2,014$  dari  $t$  tabel. Artinya terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014. 3) Hasil uji regresi sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $9,725 > 2,014$  dari  $t$  tabel. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014. 4) Nilai signifikansi variabel Moderat 1



(Gaya Hidup x Merek) terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014 diperoleh nilai signifikansi  $0,019 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,436 > 2,014$  dari t tabel. Artinya variabel Moderat 1 (Gaya Hidup x Merek) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014. 5) Nilai signifikansi variabel Moderat 2 (Harga x Merek) terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,025 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,311 > 2,014$  dari t tabel. Artinya variabel Moderat 2 (Harga x Merek) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014. 6) Nilai signifikansi variabel Moderat 3 (Kualitas Produk x Merek) terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,335 > 2,014$  dari t tabel. Artinya variabel Moderat 3 (Kualitas Produk x Merek) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014.

**Key Word: Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Merek Keputusan Pembelian**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen Dengan Merek Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswi Managemen Angkatan Tahun 2014 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**. Penelitian ini guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Pendidikan Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Drs. H Sulton, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Siti Chamidah, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II.

5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen.
6. Sahabat terdekatku Ellena, Desi, Ayuk, Rika dan sahabat Group “PEJUANG SKRIPSI”.
7. Teman – teman Manajemen B angkatan 2014.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Ponorogo, 18 Juli 2018

Penulis

(Wafin Itasari)



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

**KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 di suatu Intuisi 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, 18 Juli 2018  
METERAI  
TEMPEL  
B2AB0AFF215776012  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
*Suf*  
yaini usari  
NIM.14413644



## Motto

“Yang tidak pernah meninggalkan mu selain **ALLAH** adalah **doa Ibu**”

(Muslim Quotes)

“Selama **ALLAH** menjadi yang utama dan pertama dalam hati, maka kehilangan apa saja tidak akan menjadi berarti”

(Muhammad Bukhri)



# PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan kasih sayang ku persembahkan karya ini untuk kedua

orang tuaku

**”Bapak Mardjoko dan Ibu Prihatin”**

Yang telah memberikan kasih sayangnya kepadaku dan telah memberikan kesempatan kedua teruntukku sehingga aku bisa meneruskan lagi ke Perguruan Tinggi di Ponorogo ini, dengan kesabaran merawatku hingga seperti sekarang ini, Terimakasih atas segala perhatian kasih sayang dan doanya. Selain itu Karya ini ku persembahkan untuk adikku satu-satunya **“Hendra Saputra”**

Semoga kalian selalu dalam lindungan **ALLAH SWT**

Serta

Almamaterku tercinta

## DAFTAR ISI

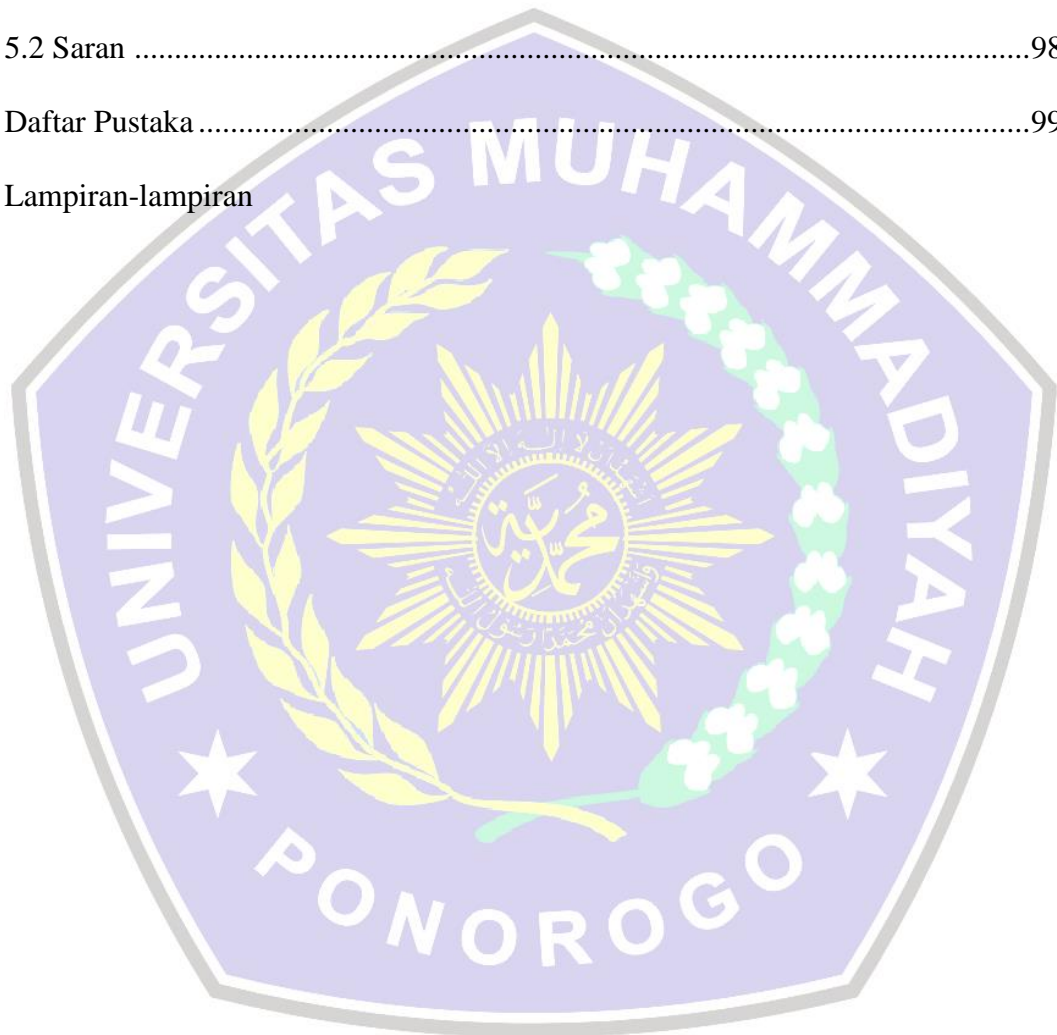
Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar .....	v
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian.....	vii
Motto.....	viii
Persembahan .....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat penelitian .....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pemasaran dan Bauran Pemasaran .....	10

2.1.2 Perilaku Konsumen dan Model Perilaku Konsumen .....	12
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	20
2.1.5 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.1.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	23
2.1.7 Merek .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Berfikir .....	30
2.4 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2 Populasi.....	33
3.3 Sampel Penelitian.....	34
3.4 Metode Pengambilan Data .....	34
3.4.1 Data Primer .....	34
3.4.2 Data Sekunder .....	36
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.6 Metode Analisis Data.....	41
3.7 Moderated Regression Analysis (MRA) .....	43
3.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	45
3.9 Uji Hipotesis .....	45



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
4.1 Profil Penelitian .....	47
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	48
4.2.1 Deskripsi Profil Responden .....	48
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan umur .....	49
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelas .....	50
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk .....	51
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
4.4 Uji Instrumen Penelitian .....	61
4.5 <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA) .....	64
4.5.1 Tahap Pertama Regresi Linier Sederhana .....	64
4.5.2 Tahap Kedua <i>Moderated Regression Analysis</i> .....	68
4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
4.6.1 Koefisien Determinasi Sebelum Moderasi .....	72
4.6.2 Koefisien Determinasi Sesudah Moderasi .....	74
4.7 Pengujian Hipotesis.....	78
4.7.1 Uji T (Uji Parsial) .....	78
4.8 Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	85
4.8.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.8.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Moderasi oleh Merek .....	89

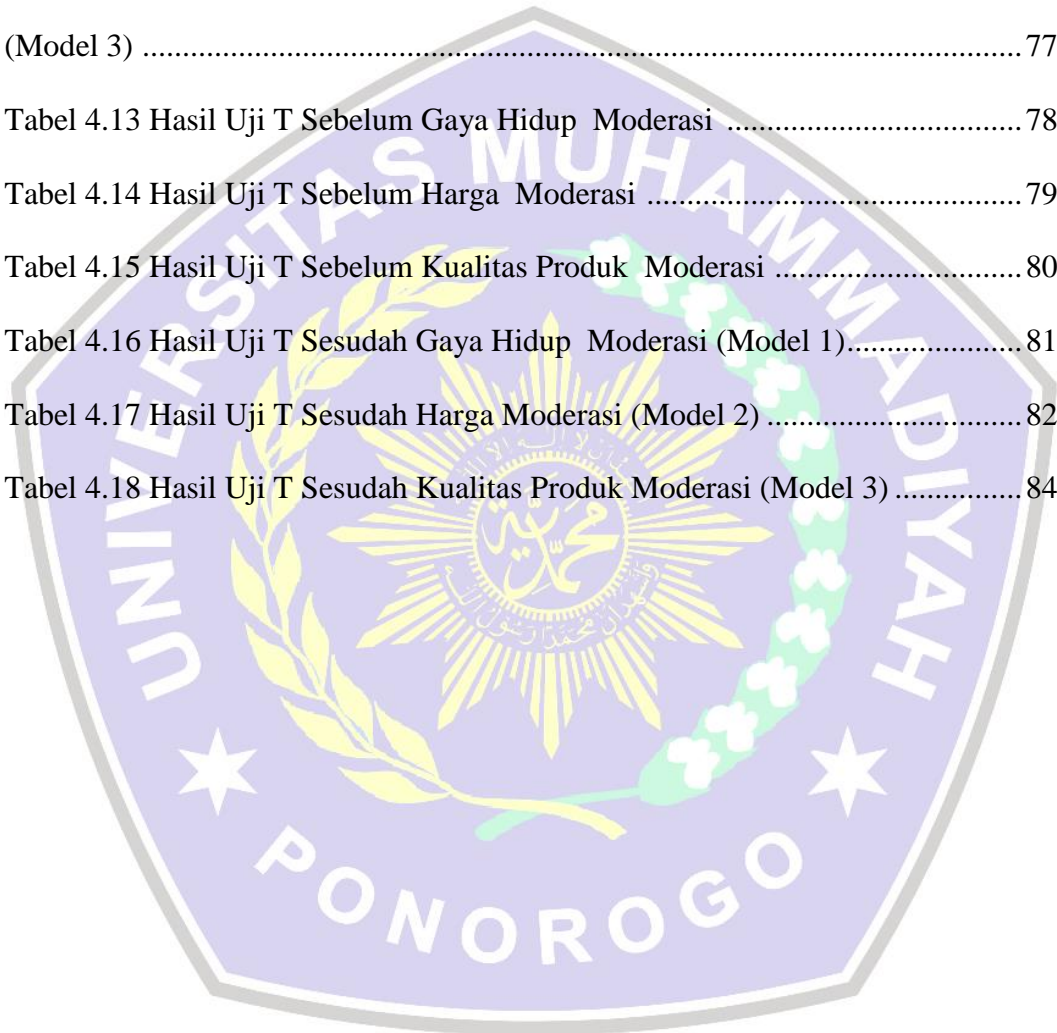
4.8.5 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Moderasi oleh Merek .91	
4.8.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Moderasi oleh Merek .....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	95
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran .....	98
Daftar Pustaka .....	99
Lampiran-lampiran	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Mahasiswi.....	4
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Kelas.....	50
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk.....	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup.....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Harga .....	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Merek.....	58
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4.10 Nilai Rata-rata Variabel Penelitian .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Gaya Hidup.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Kualitas Produk .....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (Model 1) .....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (Model 2).....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (Model 3).....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Gaya Hidup Sebelum Moderasi ....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga Sebelum Moderasi .....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk Sebelum Moderasi	73

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Gaya Hidup Sesudah Moderasi (Model 1).....	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga Sesudah Moderasi (Model 2).....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk Sesudah Moderasi (Model 3) .....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji T Sebelum Gaya Hidup Moderasi .....	78
Tabel 4.14 Hasil Uji T Sebelum Harga Moderasi .....	79
Tabel 4.15 Hasil Uji T Sebelum Kualitas Produk Moderasi .....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji T Sesudah Gaya Hidup Moderasi (Model 1).....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji T Sesudah Harga Moderasi (Model 2) .....	82
Tabel 4.18 Hasil Uji T Sesudah Kualitas Produk Moderasi (Model 3) .....	84





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Perilaku Konsume Kompleks .....	14
Gambar 2. Proses Keputusan Pembelian .....	19
Gambar 3 Kerangka Berfikir.....	30



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner atau Daftar Pertanyaan

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana, Hasil Uji Koefisien Determinasi sebelum Moderasi dan Hasil Uji T (Parsial) sebelum Moderasi

Lampiran 5 Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA), Hasil Uji Koefisien Determinasi sesudah Moderasi dan Hasil Uji T (Parsial) sesudah Moderasi

Lampiran 6 Tabel r

Lampiran 7 Tabel T

Lampiran 8 Copy Sertifikat MUI Produk Naavagreen

Lampiran 9 Copy Sertifikat BPOM Produk Naavagreen

Lampiran 10 Brosur Naavagreen beserta artis