



**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Studi Kasus Warga Bugul Kidul Kota Pasuruan)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ABDUL AZIZ

NPM. 22001081390



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG
2024**

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Kecamatan Bugul Kidul, Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Sampel penelitian sebanyak 80 responden yang dipilih menggunakan rumus Malhotra. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 yang meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, asumsi klasik, hipotesis, dan koefisien determinasi R^2 . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara spesifik, Gaya Hidup dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap pilihan pembelian smartphone Samsung di Kecamatan Bugul Kidul, sedangkan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

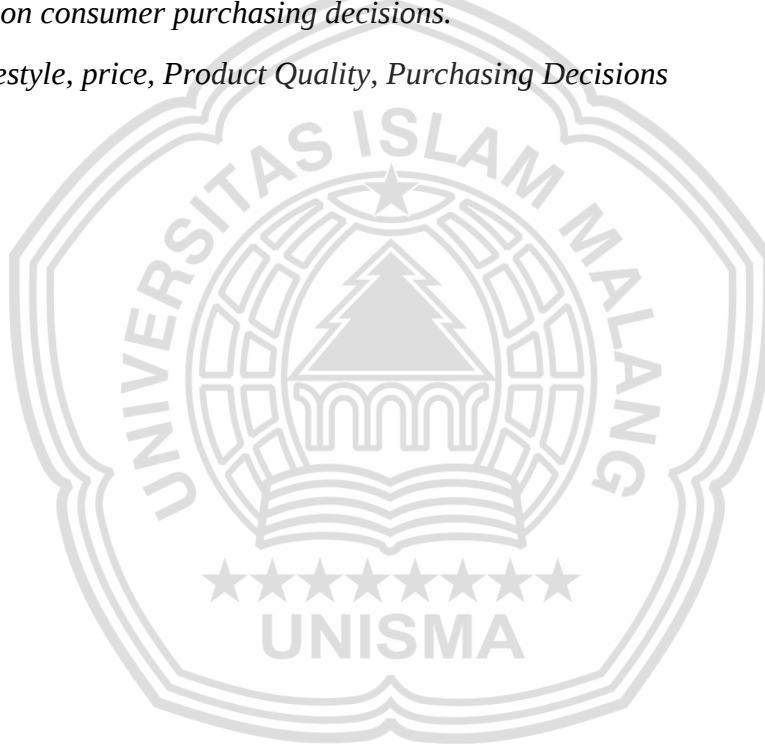
Kata kunci: gaya hidup, harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study investigates how Lifestyle, Price, and Product Quality influence purchasing decisions for Samsung smartphones in Bugul Kidul District, Pasuruan City. Employing multiple linear regression analysis, the research adopts a quantitative, explanatory approach. The sample comprised 80 respondents selected using the Malhotra formula. Data analysis was performed with SPSS version 25, encompassing validity, reliability, normality, classical assumption, hypothesis, and R^2 coefficient of determination tests. The findings reveal that Lifestyle, Price, and Product Quality collectively impact purchasing decisions significantly. Specifically, Lifestyle and Product Quality positively affect the choice to purchase Samsung smartphones in Bugul Kidul District, whereas Price does not have a notable effect on consumer purchasing decisions.

Keywords: lifestyle, price, Product Quality, Purchasing Decisions



BAB I

PENDAHULUAN

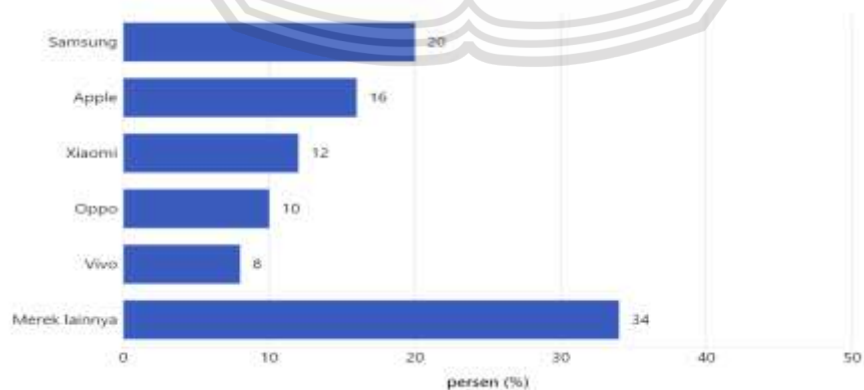
1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era modern saat ini kemajuan teknologi semakin berkembang pesat oleh karena itu kebutuhan manusia juga ikut berkembang, sekarang ini pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kegiatan pemasaran dapat dilihat sebagai suatu siklus yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk maupun jasa dalam kehidupannya.

Saat ini persaingan pasar menjadi jauh lebih ketat, oleh sebab itu untuk membedakan merk produk serupa penting diadakannya daya tarik bagi sebuah bisnis untuk membentuk perspektif di benak konsumen dan membuat produk lebih menarik (Sanny *et al*, 2020). Perusahaan akan berlomba untuk mempertahankan pangsa pasar dan memperluas pangsaanya melalui beberapa strategi pemasaran. Salah satu contoh merek *smartphone* yang sedang trend di pasaran Indonesia saat ini adalah Samsung. Dikarenakan persaingan pasar semakin ketat, oleh sebab itu banyak merek *smartphone* mulai bermunculan mengikuti kebutuhan konsumen yang ditawarkan oleh merek yang berbeda dan berdampak pula pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan konsumen.

Smartphone telah menjadi salah satu kebutuhan dan menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari seorang konsumen, sehingga perusahaan dapat menangkap peluang tersebut untuk menawarkan produk-produk *smartphone* yang dibutuhkan oleh mereka (Wolff et al, 2021). Selain menjadi kebutuhan, alasan penggunaan *smartphone* pada saat ini juga karena alasan fashion, dan belakangan ini menggunakan *smartphone* menjadi suatu *trend* dan gaya hidup di masyarakat dan yang paling banyak adalah dikalangan anak-anak muda. Perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju pun secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan perubahan pandangan hidup dan gaya hidup. Salah satu merek *smartphone* yang beredar di pasar Indonesia, yaitu Samsung. Berikut ini ditampilkan perbandingan penjualan *smartphone* dari beberapa merek yang bisa dilihat pada tabel di bawah.

Gambar 1.1
Perbandingan Penjualan *Smartphone*



Sumber : databoks, 2023

PT. Samsung *Electronics* Indonesia adalah perusahaan manufaktur elektronik asal Korea Selatan yang telah berdiri selama 25 tahun di Indonesia. Samsung saat ini berada dalam masa kejayaannya dan merajai pasar *smartphone* dunia. Samsung memperoleh total angka penjualan sebesar 20% dari total penjualan *smartphone* global pada kuartal III 2023. Menurut Counterpoint, 2023, generasi baru *smartphone* lipat Samsung, yaitu Flip 5, terjual hampir dua kali lipat lebih banyak dibanding seri sebelumnya. Sedangkan model Samsung A-Series masih merajai pasar *smartphone* di kelas menengah. Lalu Apple, berada di urutan kedua dengan pangsa penjualan *smartphone* global 16%. Berikutnya, ada Xiaomi dengan pangsa penjualan *smartphone* global 12%. Kemudian *smartphone* pabrikan Oppo meraih pangsa 10% dan Vivo 8%. Beberapa pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian adalah gaya hidup, harga, dan kualitas produk. Namun, ada pula pertimbangan lain yang bersifat subjektif. Misalnya, kesamaan dengan teman-teman, rekomendasi keluarga, kesukaan atau tidak sukaan atas hal tertentu, gengsi yang dibawa oleh suatu merek, dan lain-lain. Karena bersifat subjektif, masing-masing orang akan memiliki penilaian yang berbeda.

Perilaku konsumen yang diharapkan agar tetap ada bagi perusahaan adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Indarti, (2020) menerangkan bahwa keputusan pembelian merupakan salah

satu target yang ingin dicapai perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran. Oleh karena itu, jika konsumen sudah mendapatkan pengalaman menyenangkan saat melakukan pembelian suatu produk, maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian ulang. Sebelum konsumen memutuskan pembelian suatu produk, konsumen akan memiliki beberapa pertimbangan seperti gaya hidup, harga dan kualitas produk untuk melakukan pembelian produk.

Salah satu faktor keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup. Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dipengaruhi oleh karakteristik gaya hidup yang diukur berdasarkan aktivitas dimana seseorang melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti pekerjaan, hobi, belanja, hiburan, olahraga, dan minat seseorang berdasarkan keinginan terhadap produk yang diinginkan, serta pendapat atau pandangan seseorang terhadap produk yang akan dibeli sehingga dapat mempengaruhi perilaku keputusan konsumen. Dalam penelitian Aini, (2020). Mendapat hasil bahwa variabel gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian adalah strategi penetapan harga. Menurut Sari (2021) Sudah menjadi rahasia umum bahwa harga merupakan satu faktor penting dari banyaknya faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam menentukan pilihan pembelian. Pembeli pada umumnya menyamakan harga barang mahal dengan kualitas bagus dan jika harga barang terlalu murah, pembeli akan mempertanyakan

mutu dari produk itu sendiri. Konsumen mungkin bisa memilih spesifikasi barang sesuai dengan anggaran yang mereka miliki.

Bukan hanya harga, kualitas suatu produk juga penting agar proses bisnis dapat meningkat. Perusahaan atau organisasi yang menjadikan kualitas produk mereka sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan atas pesaing mereka dalam mengendalikan pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai popularitas. Hamdalah dan Rima (2018) menyebutkan kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, pembuatan presisi, kemudahan penggunaan dan perbaikan, dan sifat berharga lainnya dari keseluruhan produk. Kualitas produk adalah faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian.

Kota Pasuruan merupakan salah satu kota di Jawa Timur dengan memiliki 4 kecamatan yaitu Bugul Kidul, Panggungrejo, Gadingrejo, Purworejo. Bugul kidul merupakan kecamatan dengan penduduk paling sedikit dibandingkan dengan kecamatan lainnya memiliki 6 kelurahan yaitu Bugul Kidul, Blandongan, Tapaan, Kepel, Bakalan, Krampyangan. Meskipun dengan penduduk paling sedikit menurut BPS Kota Pasuruan akan tetapi wilayah tersebut juga berkembang pesat akan teknologi dibidang elektronik dimana masyarakatnya menggunakan *smartphone* sebagai alat komunikasi serta sebagai alat untuk mempermudah pekerjaan masyarakat yang kebanyakan berdagang di media sosial atau di media online. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan yang diangkat oleh peneliti salah

satunya adalah masyarakat lebih memilih membeli suatu produk sebagai alat komunikasinya karna mengikuti *trend* atau gaya hidup atau harga dan kualitas produk yang baik. Dan *smartphone* Samsung sudah menjadi brand yang sangat terkenal di masyarakat khususnya di Kota Pasuruan.

Berdasarkan pemaparan diatas, melihat fenomena persaingan produsen *smartphone* di Indonesia, dan kegunaan produk *smartphone* Samsung serta keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung. maka pada penelitian ini peneliti berfokus pada Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk. Berdasarkan pemaparan, judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Warga Bugul Kidul Kota Pasuruan)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup, harga, kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan?

4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan.

1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, dapat diperoleh tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh simultan gaya hidup, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga Bugul Kidul Kota Pasuruan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara teoritis :

1. Bagi Peneliti

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Akademis

Bagi akademis, dapat digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan jika meneliti objek yang sama dan juga dapat digunakan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi sumber referensi dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan saran mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Kota Pasuruan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.
- b. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.
- c. Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.
- d. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan metode maholtra dengan rumus yang sudah ada di metode penelitian dan pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner di setiap Kelurahan yang ada di Bugul Kidul

dengan ketentuan rumus yang sudah tertera di metode penelitian sehingga memakan waktu yang cukup lama.

- b. Penelitian ini hanya di lakukan pada konsumen pembeli *smartphone* Samsung.

5.3 Saran

Dengan melihat keterbatasan yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyadari bahwa tidak ada satu peneliti yang sempurna. Untuk itu saran-saran yang akan diajukan oleh peneliti yang akan datang antara lain:

a. Bagi peneliti selanjutnya

- 1) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengganti variabel bebas yang berbeda pada penelitian selanjutnya.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan brand produk lain sehingga yang teridentifikasi lebih bervariasi.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain di luar dari variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini.

b. Bagi perusahaan

Dari hasil jawaban responden pada variabel harga pada pernyataan X2.3 “Saya memilih *smartphone* Samsung karena harga yang saya bayar sepadan dengan manfaat yang saya terima” mendapatkan nilai terendah.

Perusahaan diharapkan untuk meningkatkan manfaat kinerja dari *smartphone* samsung sehingga konsumen mendapatkan hasil yang lebih baik dari produk yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 17-27.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *Journal of Management & Business*, 6(1), 492 – 503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi *Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hamdalah, Rima Safitri (2018). “Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Helm KYT” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman samarinda Periode
- Indarti dkk, (2020). Pengaruh *Smart Digital Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Millennial Aneka Sport Malang
- Insyroh, W., Setyowati, T., & Santoso, B. (2018). Determinan Kualitas Pelayanan, Harga dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 132-140.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Alih bahasa oleh Bob Sabran, MM. Edisi Ketiga belas. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. (2021). *manajemen pemasaran*. CV. Budi Utama, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler., dan Armstrong. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.

- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh. (2014). *Basic Marketing Research*. Pearson Education: England
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal*, 6(1).
- Martono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Rajawali Pers
- Nayiroh, S. N., Dwiantari, S., Fala, M. R. A., & Naziha, M. F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Solusi*, 21(1), 414-422.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Nugraheni, P.N.A. (2003). Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Putra, F. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi pada Konsumen Iphone di Universitas Brawijaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Sanny, L., Arina, A. N., Maulidya, R. T., & Pertiwi, R. P. (2020). *Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust*. *Management Science Letters*, 10, 2139–2146. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sumarwan , Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Ketiga. Bogor: Ghalia Indonesia
- Swastha Basu dan T. Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik (3rd ed.)*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. F. 2016. Brand Management & Strategy. Yogyakarta: Andi
- Triadi, S., Rahayu, Y., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian handphone. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 257-263.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & A Lintong, D. C. (2021, Januari). The Effect Of Lifestyle, Price, And Brand Image On The Decision To Purchase Iphone Brand Smartphone On Millenial Women In Tahuna District. *Jurnal Emba*, 10(1), 1671-1681

