**KATA PENGANTAR**



**Assallamualaikum Wr.Wb.**

Alhamdulillahirabbil’alamin. Segala puji bagi Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya dari awal hingga akhir penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK,HARGA,CITRA MEREK DAN *LIFE STYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PADA TOKO HONESTO DI KOTA PADANG”**. Adapun skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.

Dalam melakukan penelitian, penulis banyak melewati rintangan dan hambatan namun karena berkat-Nya dan banyak dukungan, bantuan, bimbingan, serta dorongan moril maupun materil dari semua pihak yang telah diberikan kepada penulis selama dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya dan dengan penuh rasa hormat, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Dahliana Kamener. MBA., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, tenaga, pikirannya serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini, serta kepada Ibu Ice Kamela, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi pengarahan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.

 Selanjutnya ucapan terima kasih penulis tujukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Niki Lukviarman, S.E.,Akt., MBA, selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Yuhelmi S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
4. Bapak Surya Dharma, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Linda Wati S.E., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
6. Terima kasih banyak kepada dosen pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan didikan, ilmu pengetahuan bagi penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
7. Terima kasih banyak kepada Ayahanda Kharudin dan Ibunda Yulidar yang telah mendidik dan membesarkan penulis dengan kasih sayang.
8. Kepada kakak penulis Mariati, Raima, Amra, dan Joni serta kakak ipar penulis Ismail dan Revi yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Segenap teman-teman manajemen angkatan 2011 seperjuangan selama perkuliahan dengan penulis yang selalu membentu dan mensuport serta memotivasi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan-masukan yang sifatnya membangun dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan dan dapat menjadi referensi untuk penulis-penulis selanjutnya.

 Padang, 10 Februari 2015

 **DARAMIN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN *LIFE STYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PADA TOKO HONESTO DI KOTA PADANG**

**Oleh :**

**DARAMIN**

**ABSTRAK**

Saat ini, kebutuhan manusia semakin komplek untuk dipenuhi. Salah satu kebutuhan yang ada didalam kehidupan manusia yang harus terpenuhi yaitu kebutuhan primer. Sepatu merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi manusia. Sepatu adalah barang konsumsi yang tahan lama serta merupakan barang toko dimana karakteristiknya selalu dibandingkan berdasarkan kesesuaian, kualitas, merek, harga, dan gaya dalam proses pemilihan dan pembeliannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti nyata adanya pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Honesto di kota Padang. Untuk pengujian digunakan sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan empat variabel independen dan satu variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa kualitas produk, harga, citra merek berpengaruh positif dan signifikan, dan gaya hidup berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian pada toko sepatu Honesto di kota Padang.

**Kata kunci: Kualitas produk harga citra merek gaya hidup dan keputusan pembelian**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN *LIFE STYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PADA TOKO HONESTO DI KOTA PADANG**

**Oleh :**

**DARAMIN**

***ABSTRACT***

*Nowdays, human need more complex to be filled. One of the human need that must be filled is the primary requirement. Shoes are one of the primary needed that must be filled by humans. Shoes are durable consumer goods as well as a store where the item characteristics always compared based on suitability, quality, brand, price, and style in the process of selecting and purchasing. The research aims to get real evidence of the influence of product quality, price, brand image and lifestyle on buying decision at the Honesto shoes store at the Padang city. The sample used 100 respondents. The technical sampling was Accidental Sampling. This research used four independent variables and one dependent variables. Based on the test result, was founded that the quality of products, price and brand image positively and significantly impact on consumer decision, and lifestyle was founded negatively effect on purchasing decisions of Honesto shoes store in Padang city.*

***Key words: product quality, price, brand image, lifestyle and purchase decision****.*

**DAFTAR ISI**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI** i

**LEMBAR PERNYATAAN** ii

**KATA PENGANTAR** iii

**ABSTRAK** v

**ABSTRACT** vi

**DAFTAR ISI** vii

**DAFTAR TABEL** xi

**DAFTAR GAMBAR** xiii

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang Masalah ....................................................................... 1
	2. Perumusan Masalah ............................................................................. 10
	3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .............................................................10
		1. Tujuan Penelitian ......................................................................10
		2. Manfaat Penelitian ................................................................... 11

**BAB II LANDASAN TEORI**

* 1. Keputusan Pembelian.......................................................................... 12

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian........ 13

2.1.3 Indikator Kuputusan Pembelian.................................................. 19

* 1. Kualitas Produk................................................................................... 21
		1. Klasifikasi Produk.................................................................... 24
		2. Atribut Produk ........................................................................ 26
		3. Indikator Kualitas Produk ...................................................... 26
	2. Harga................................................................................................... 29
		1. Tujuan Penetapan Harga.......................................................... 31
		2. Strategi Penyesuaian Harga .....................................................33
		3. Indikator harga ........................................................................ 36
	3. Citra Merek......................................................................................... 36

2.4.1 Indikator Citra Merek............................................................... 40

* 1. *Life Style*............................................................................................. 41
		1. Indikator Gaya Hidup........................................................... 46

2.6.Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis........................... 48

2.7 Kerangka Konseptual ........................................................................ 51

**BAB III METODE PENELITIAN**

 3.1 Objek Penelitian………...................................................................... 52

 3.2 Populasi dan Sampel……................................................................... 52

 3.3 Jenis Data dan Sumber Data............................................................... 53

 3.4 Teknik Pengumpulan Data.................................................................. 53

 3.5. Operasional Variabel………………………...…………………….... 54

 3.6. Skala Pengukuran Variabel…………………………………………..55

 3.7. Uji Instrumen.......................................................................................57

 3.8. Teknik Analisis Data………………………………………………...57

 3.9 Uji Asumsi Klasik................................................................................ 58

 3.10. Analisis Regresi Linear Berganda ………………………………... 59

 3.10. Uji Hipotesis……………………………………………………...... 60

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskriptif Umum Responden 63

 4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Gender 63

 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Umur 64

 4.1.3 profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 65

4.2 Pengujian Validitas dan Realibilitas Data 66

 4.2.1 Uji validitas 66

 4.2.1.1 Kualitas Produk 66

 4.2.1.2 Harga 67

 4.2.1.3 Citra Merek 68

 4.2.1.4 Gaya Hidup 68

 4.2.1.5 Keputusan Pembelian 69

 4.2.2 Pengujian Reliabilitas 70

4.3 Deskriptif Hasil Penelitian 71

 4.3.1 Hualitas Produk 71

 4.3.2 Harga 73

 4.3.3 Citra Merek 74

 4.3.4 Gaya Hidup 75

 4.3.5 Keputusan Pembelian 76

4.4 Uji Asumsi Klasik 78

 4.4.1 Uji Normalitas 78

 4.4.2 Uji Linearitas 79

 4.4.3 Uji Multiolinearitas 80

 4.4.4 Uji Heteroskedastisitas 80

4.5 Pengambilan Hasil Analisa Regresi Linear Berganda 81

4.6 Pengujian Hipotesis 83

 4.6.1 Uji T 83

 4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R2) 85

4.7 Pembahasan 86

 4.7.1 Pengaruh Kualiatas Produk Terhadap Keputusan Pembelian....86

 4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian......................87

 4.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian......88

 4.7.4 Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian 89

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan 91

5.2 Keterbatasan Penelitian 91

5.3 Saran 92

**DAFTAR PUSTAKA**.............................................................................................94

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepatu Dari April – Agustus 2014 5

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Gender 64

Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur 64

Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 65

Tabel 4.4 Uji Faliditas Dimensi Kualitas Produk 66

Tabel 4.5 Uji Faliditas Dimensi Harga 67

Tabel 4.6 Uji Faliditas Dimensi Citra Merek 68

Tabel 4.7 Uji Faliditas Dimensi Gaya Hidup 69

Tabel 4.8 Uji Faliditas Dimensi Keputusan Pembelian 70

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas 71

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk 72

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Harga 73

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek 74

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup 75

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian 77

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas 78

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Setelah Di Normalkan 79

Tabel 4.17 Hasil Pengujian Linearitas 79

Tabel 4.18 Hasil Pengujian Multikolinearitas 80

Tabel 4.19 Hasil Pengujian Heteros Kedastisitas 81

Tabel 4.20 Hasil Analisa Regresi 82

Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Uji Persial Dengan T-Tes 83

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Untuk Uji Koefisien Determinasi (R2) 85

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 KerangkaKoseptual 51