

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN IKLAN TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
WARDAH DI KOTA PADANG**

SKRIPSI



Disusun oleh:

SINTIA RAHMALLAH

1810011211040

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Sintia Rahmallah

Npm : 1810011211040

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kota Padang.

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 21 Juli 2022**.

Pembimbing,



Mery Trianita, S.E., M.M

Disetujui Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh Gaya Hidup dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di kota Padang**” merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis di ajukan dalam naskah ini dan di cantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah yang di sebutkan dalam daftar Pustaka.

Padang, juli 2022
Penulis

Sintia Rahmallah

PENGARUH GAYA HIDUP DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DIKOTA PADANG

Sintia Rahmallah¹, Mery Trianita²,

Jurusan Manajemen, fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: rahmallahsintia@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel gaya hidup, dan iklan terhadap keputusan pembelian produk Wardah dikota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk Wardah di kota Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Wardah dikota Padang. Iklan televisi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Wardah dikota Padang. variabel iklan televisi memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk Wardah dikota Padang.

Kata kunci: *gaya hidup, iklan televisi, keputusan pembelian.*

**THE EFFECT OF LIFESTYLE AND TELEVISION ADVERTISING ON
THE PURCHASE DECISION OF WARDAH PRODUCTS IN PADANG
CITY**

Sintia Rahmallah, Mery Trianita,

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta

University

E-mail: rahmallahsintia@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of lifestyle variables and advertising on purchasing decisions for Wardah products in the city of Padang. The population in this study were users of Wardah products in the city of Padang. With a sample of 60 respondents who were selected using purposive sampling technique. Based on the results of the study, it can be concluded that lifestyle has a positive effect on purchasing decisions for Wardah products in the city of Padang. Television advertisements have a positive effect on purchasing decisions for Wardah products in the city of Padang. Television advertising variables have the most dominant influence on purchasing decisions for Wardah products in the city of Padang.

Keywords: *lifestyle, television advertising, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Loyalitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. (Studi Pada Seluruh Masyarakat di Kota Padang)”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Semua usaha serta kemampuan yang maksimal sudah penulis berikan dalam penulisan skripsi ini berguna untuk penambahan, pengembangan wawasan dan studi. Tetapi disisilain penulis sadar bahwa skripsi ini masih mempunyai kekurangan-kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang berguna untuk kesempurnaan penulisan ilmiah ini.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis memperoleh banyak dukungan, motivasi, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak serta rekan-rekan seperjuangan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih serta apresiasi kepada semua orang yang sudah peduli kepada penulis. Dengan ini diiringi rasa hormat yang mendalam penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT Tuhan hamba yang hamba cintai, yang sudah menolongku, mempermudah serta memperlancar segala urusan-urusan perkuliahanku dan mengabdikan segala do'aku, sampai menjadikanku sebagai sarjana manajemen dan manusia yang memiliki akal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman hidupku.
2. Ibu Dr. Erni Febriana Harahap, S.E.,M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bung Hatta Padang. Yang membantu saya memberikan izin penelitian sehingga berjalan lancar sesuai dengan seharusnya.
3. Ibu Herawati, S.E., M.Si., AK., CA. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

4. Ibu Lindawati, S.E., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
5. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
6. Ibu Mery Trianita, S.E., MM. Selaku Pembimbing yang meluangkan waktu memberikan pengarahannya dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
8. Kepada keluarga terutama orang tua saya tercinta Ayahanda Jafni Rianson dan Ibunda Lili Ervo, serta saudara-saudara kandung saya, Dori Ercoveri, Hegit Elfendic, Trio Adrellov, Migo Fernando dan tak lupa semua kakak ipar dan keponakan saya serta sepupu-sepupu saya, yang selalu memberi dukungan, motivasi dan do'a yang tulus untuk kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan ini.
9. Kepada teman dekat saya di grup sobath akhrab, Vinny Marnesia, Yovinda Permata Sari, Rahmi Fadila Yusdi, Eva Laurentina Monika Manik yang selalu menemani saya dikala senang dan susah serta selalu menolong dalam proses perkuliahan saya.
10. Kepada teman dekat saya di grup perempuan tanah Firdaus, Lara triyuni, Roha datul Rana Aqilah, Meylani Trinanda Putri, Nadia Safitri, yang selalu mendukung saya dan selalu menjadi teman dari sejak kita SMA.
11. Kepada teman kos saya Roha datul Rana Aqilah, yang sudah bersedia menjadi tempat keluh kesah dan pelampiasan stress saya selama perkuliahan yang sudah bersedia menjadi orang yang berlapang dada untuk saya *roasting*.
12. Kepada teman seperjuangan dalam membuat skripsi saya yaitu Rahmi Wahyuni, yang selalu bahu membahu dalam pembuatan skripsi ini.
13. Kepada Kartika Surya Wulandari, yang sudah mau saya susahkan dalam pembuatan skripsi ini.

14. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen 2018 yang sudah membantu dalam suka maupun duka selama perkuliahan.
15. Semua orang serta pihak-pihak yang bersangkutan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
16. Untuk diriku sendiri Sintia Rahmallah, terima kasih sudah berjuang.

Skripsi ini telah di susun dengan penuh kesungguhan, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kebaikan pada masa yang akan datang.

Penulis,

Sintia Rahmallah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Literatur.....	8
2.1.1 Keputusan pembelian.....	8
2.1.2 Gaya Hidup.....	13
2.1.3 Iklan Televisi	15
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2.2 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3 Kerangka Konseptual.....	19
BAB III	20
METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sampel	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3.1 Jenis Data.....	21
3.3.2 Sumber Data	22
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	22

3.4.1 Keputusan Pembelian	22
3.4.2 Gaya Hidup.....	23
3.4.3 Iklan Televisi	23
3.5 Teknik Analisis Data	24
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	24
3.6 Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	26
3.6.1 Uji Validitas.....	26
3.6.2 Uji Reliabilitas	26
3.7 Hipotesis Penelitian	27
3.7.1 Analisa Regresi Berganda.....	27
3.7.2 Uji t	28
3.7.3 Uji F.....	28
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	29
BAB IV	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Hasil Penelitian.....	31
4.1.1 Respon Rate	31
4.1.2 Profil Responden	32
4.1.3 Analisis Deskriptif	34
4.1.4 Uji Validitas.....	39
4.1.5 Uji Reliabilitas	42
4.1.6 Hipotesis Penelitian	43
4.2 Pembahasan	47
4.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.2.2 Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
BAB V	50
PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran	50
5.2.1 Implikasi	51
5.3 Keterbatasan	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Empat Merek Best Seller Took Kyano Kosmetik	2
Tabel 1.2 Data Survey Awal Keputusan Pembelian Produk Wardah Dikota Padang	3
Tabel 3.1 Skala Likert	25
Tabel 3.2 Kriteria Tingkat Capaian Responden	25
Tabel 4.1 Respon Rate	31
Tabel 4.2 Profil Responden	32
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	35
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup	37
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan Televisi	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Televisi	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Berganda	44
Tabel 4.10 Hasil Uji T	45
Tabel 4.11 Hasil Uji F	46
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brand Makeup Local Terlaris Periode 1-15 Agustus 2021	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Respon Rate	57
Lampiran II Kuesioner Penelitian	58
Lampiran III Tabulasi Data	63
Lampiran IV Profil Responden	68
Lampiran V Uji Validitas Dan Reliabilitas	69
Lampiran VI Analisis Deskriptif	74
Lampiran VII Uji Hipotesis	77