

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SENSI DUCKBILL DI  
KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**NOVAR ARDIAN PRATAMA**

**1810011211118**

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

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BUNG HATTA 2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Novar Ardian Pratama

Npm : 1810011211118

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill Di Kota Padang

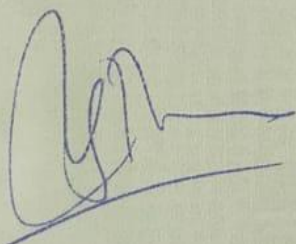
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Rabu, 20 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Mery Trianita, SE., MM



Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Padang,9 Juni 2022

**Penulis**

**Novar Ardian Pratama**

# PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MASKER SENSI DUCKBILL DI KOTA PADANG

Novar Ardian Pratama<sup>1</sup>, Mery Trianita<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: [novarpratama48@gmail.com](mailto:novarpratama48@gmail.com) [merytrianita@bunghatta.ac.id](mailto:merytrianita@bunghatta.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian masker sensi duckbill di kota Padang. Populasi adalah masyarakat yang menggunakan masker sensi duckbill di kota Padang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Masker Sensi Duckbill, gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Masker Sensi Duckbill.

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Brand Image and lifestyle on purchasing decisions of duckbill sensi masks in the city of Padang. The population is people who use duckbill sensi masks in the city of Padang, with a total sample of 100 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Test the hypothesis by using a statistical T-test to prove the effect of the independent variable on the dependent variable partially or individually.*

*The results of this study found that Brand Image had no effect on purchasing decisions for Sensi Duckbill Masks, lifestyle had a positive effect on purchasing decisions for Sensi Duckbill Masks.*

**Keywords:** *Brand Image*, Lifestyle, Purchasing Decision

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Kajian Literatur.....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	13
2.1.3 Gaya hidup .....	14
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap keputusan pembelian.....	15
2.2.2 Pengaruh Gaya hidup terhadap keputusan pembelian .....	16
2.3 Kerangka Konseptual .....	17
BAB III METODE PENELITIAN .....	18
3.1 Objek.....	18
3.2 Populasi dan Sample .....	18
3.2.1 Populasi .....	18
3.2.2 Sampel .....	18
3.2.3 Teknik pengambilan sampel.....	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.4 Defenisi Operasional Variabel .....	20
3.4.1 Keputusan Pembelian .....	20
3.4.1.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
3.4.2 <i>Brand Image</i> .....	20
3.4.2.1 Indikator <i>Brand Image</i> .....	21
3.4.3 Gaya Hidup.....	21
3.4.3.1 Indikator Gaya Hidup .....	21
3.5 Pengukuran Instrumen.....	21

3.6 Teknik Analisis Data.....	21
3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	22
3.7.1 Uji Validitas .....	22
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	22
3.8 Analisis Deskriptif.....	23
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	25
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
3.11 Uji Koefisien Determinasi( $R^2$ ).....	26
3.12 Uji Hipotesis.....	27
3.12.1 (Uji <i>t</i> -Statistik) .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Deskriptif Umum Responden.....	29
4.2 Uji Validitas Dan Reabilitas.....	31
4.2.1 Uji Validitas.....	31
4.2.1.1 Keputusan Pembelian.....	32
4.2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	32
4.2.1.3 Gaya Hidup .....	33
4.2.2 Uji Reabilitas .....	35
4.3 Analisis Deskriptif.....	35
4.3.1 Keputusan Pembelian (Y).....	36
4.3.2 <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ).....	37
4.3.3 Gaya Hidup ( $X_3$ ) .....	38
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
4.6 Pengujian Hipotesis.....	42
4.6.1 Uji T-tes Statistik.....	42
4.7 Pembahasan.....	43
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill di Kota Padang.....	43
4.7.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill di Kota Padang.....	44
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>46</b>
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Implikasi Penelitian.....	46
5.3 Saran.....	47
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	47

DAFTAR PUSTAKA .....	48
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 <i>Brand</i> Masker Duckbill Paling Diminati di <i>E-Commerce</i> .....	2
Tabel 1. 3 Data Survei Awal Keputusan Pembelian Duckbill di Kota Padang .....	3
Tabel 3.1 Kriteria Factor Loading.....	22
Tabel 3. 2 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR) .....	25
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	29
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	32
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	33
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	34
Tabel 4. 5 Uji Reabilitas .....	35
Tabel 4. 6 TCR Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 4. 7 TCR <i>Brand Image</i> .....	37
Tabel 4. 8 TCR Gaya Hidup .....	39
Tabel 4. 9 Regresi Linear Berganda .....	40
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi .....	42
Tabel 4. 11 Uji T-tes Statistik.....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Kuesioner Identitas Responden .....	52
LAMPIRAN II Tabulasi Data.....	58
LAMPIRAN III Profil Responden.....	75
LAMPIRAN IV Hasil Pengujian Validitas.....	77
LAMPIRAN V Uji Reabilitas.....	80
LAMPIRAN VI Analisis Deskriptif .....	81
LAMPIRAN VII Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	90
LAMPIRAN VIII Uji R Square.....	91
LAMPIRAN IX Uji T- Tes Statistik.....	92