

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN,
DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ELZATTA
(Studi pada Konsumen Hijab Elzatta di Kota Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, AND
LIFESTYLE ON PURCHASE DECISION OF PRODUCT HIJAB ELZATTA
(Study on Hijab Elzatta Customers in Yogyakarta City)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

NISRINA NUR ATIQOH

20140410156

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN,
DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ELZATTA
(Studi pada Konsumen Hijab Elzatta di Kota Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, AND
LIFESTYLE ON PURCHASE DECISION OF PRODUCT HIJAB ELZATTA
(Study on Hijab Elzatta Customers in Yogyakarta City)***



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Siti Dyah Handayani, Dr., MM.
NIK. 19680531199202 143 012

Yogyakarta, 21 Maret 2018

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN,
DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ELZATTA
(Studi pada Konsumen Hijab Elzatta di Kota Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, AND
LIFESTYLE ON PURCHASE DECISION OF PRODUCT HIJAB ELZATTA
(Study on Hijab Elzatta Customers in Yogyakarta City)***

Diajukan oleh :

NISRINA NUR ATIQOH

20140410156

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal, 21 Maret 2018

Yang Terdiri dari

Siti Dyah Handayani, Dr., MM.

Ketua Tim Penguji

Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D.

Anggota Tim Penguji

Hasnah Rimiyyati, Dra., M.Si.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA

NIK. 19731218199904 143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nisrina Nur Atiqoh

Nomor Mahasiswa : 20140410156

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ELZATTA (Studi pada Konsumen Hijab Elzatta di Kota Yogyakarta)”** 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 21 Maret 2018

Materai, 6000

Nisrina Nur Atiqoh

MOTTO

"Bertaqwalah kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu." (Qs. Al Baqarah: 282)

*"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya."
(Qs. Al Baqarah: 286)*

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan." (Qs. Al-Insyirah: 5-6)

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui." (Qs. Al Baqarah: 216)

"Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong)." (HR. Muslim)

All our dreams can come true if we have the courage to pursue them

(Walt Disney)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, sujud syukur kupersembahkan kepada Allah SWT yang Maha Kuasa, Maha Rahmat, dan Maha Penyayang dengan pertolongaNya sehingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang tersayang:

Kedua orang tuaku tercinta Bapak (Aminudin) dan Ibu (Sukanti). Bapak dan Ibu adalah orang tua terhebat sedunia, yang tak pernah lelah untuk memberikan nasehat, semangat, do'a, dan kasih sayang yang tak pernah tergantikan hingga aku selalu menjadi orang yang kuat dalam menjalani rintangan dalam kehidupan. Terimakasih buat Bapak dan Ibu yang selalu ikhlas mengorbankan segala perasaan dengan tanpa lelah berjuang separuh nyawa dan segalanya hanya untuk membahagiakan anak-anaknya. Bapak dan Ibu maafkan anakmu ini yang belum bisa membahagiakanmu dan membalas pengorbananmu, mungkin dengan skripsi ini bukti kecil keseriusanku untuk membalas segala pengorbananmu. Allohummaghfirli Waliwaalidayya Warhamhumaa Kama Rabbayaanii Shagiiraa.

Saudara-saudaraku tercinta, kepada kakak kandungku (Mohammad Riza Bakhtiar, Ulfa Khoirunnisa', Muhammad Dinka Syafiq Cendana), adek kandungku (Muhammad Rizqi Amanullah), kakak iparku (Aji Cokro Dewanto dan Devi Kurniawati), dan Keponakanku (Fauzan Ar Royyan, Khaizura As Safiyya, Khayla Almeera Maritza) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih saudara-saudaraku yang selalu memberikan kasih sayangnya dan canda tawa yang membuat kangen untuk kumpul dirumah.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas persepsian, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di Kota Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah terlibat keputusan pembelian hijab Elzatta di Kota Yogyakarta yang berusia minimal 17 tahun.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan atau sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan *software IBM SPSS 20*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Persepsian, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of brand image, quality of perceptions, and lifestyle to the purchase decision of Elzatta Hijab in Yogyakarta City. Subjects in this study were consumers who had been involved in the purchase decision of Elzatta Hijab in Yogyakarta City that was at least 17 years old.

Sampling technique in this study using nonprobability sampling with purposive sampling is sampling in this case is limited to certain types of people who can provide the desired information or in accordance with the criteria that have been determined by researchers. Data collection techniques in this study using a questionnaire with a sample of 100 respondents. This study uses multiple linear regression analysis with IBM SPSS 20 software.

The results of this study indicate that the brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions. Perceived quality have a positive and significant impact on purchasing decisions. Lifestyle has a positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Perceived Quality, Lifestyle, and Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, rahmat dan ridho-Nya dalam penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta (Studi pada Konsumen Hijab Elzatta di Kota Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam penggunaan strategi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan memberikan referensi pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesain skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dra. Retno Widowati PA., M. Si., Ph.D selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kritik yang membangun bagi penulis.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meyempatkan waktu, selalu penuh kesabaran dalam membimbing, dan

memberikan masukan kepada saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, kemudahan, dan do'a dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk pendalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 21 Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	12
C. Penurunan Hipotesis	18
D. Model Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23

A. Objek dan Subjek Penelitian	23
B. Teknik Pengambilan Sampel	23
C. Jenis Data.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data	24
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	27
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian.....	31
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	37
C. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	45
D. Pembahasan Hasil Penelitian Interpretasi	49
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	53
A. Simpulan.....	53
B. Keterbatasan Penelitian	54
C. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award 2016 Kategori Kerudung Bermerek.....	4
Tabel 1.2 Top Brand Award 2017 Kategori Kerudung Bermerek.....	4
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	41
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Persepsian	42
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup	43
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	8
Gambar 2.2 Model Penelitian	21