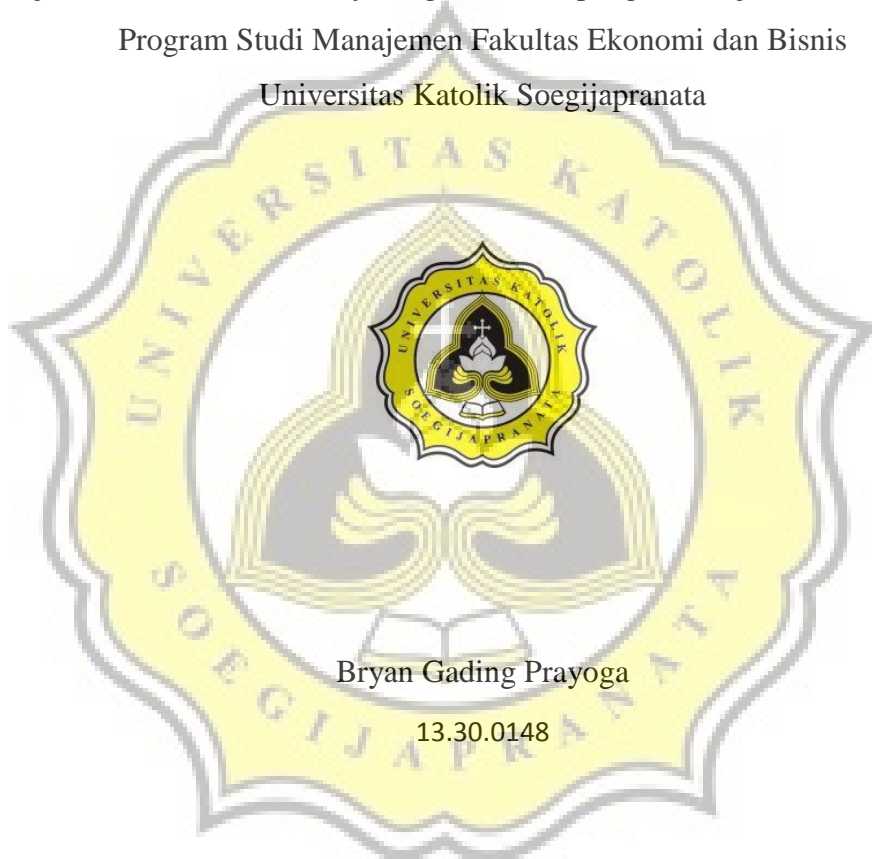


**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, PERSEPSI KUALITAS
DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU MEREK BOSSTON DI KOTA
SEMARANG**

SKRIPSI

Ditujukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Bryan Gading Prayoga

Nomor Induk Mahasiswa : 13.30.0148

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, PERSEPSI KUALITAS
DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU MEREK BOSSTON DI KOTA
SEMARANG

Dosen Pembimbing : Sentot Suciarto A., PH.D



Semarang, 22 Oktober 2018

Dosen Pembimbing,

(Sentot Suciarto A., PH.D)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

“PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK BOSSTON DI KOTA SEMARANG”

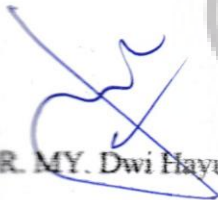
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Bryan Gading Prayoga

NIM : 13.30.0148

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada hari Kamis, 18 Oktober 2018, dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

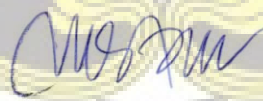
Penguji 1



DR. MY. Dwi Hayu A., MBA

Tim Penguji,

Penguji 2



MG: WESTRI KEKALIH S., S.E., M.E

Penguji 3



Sentot Suciarto A., PH.D

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Dr. Octavianus Diedo Hartomo, M.Si., Akt

NPP 058/1995/170

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bryan Gading Prayoga

NIM : 13.30.0148

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

"PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK BOSSTON DI KOTA SEMARANG

Merupakan hasil karya bersama dengan dosen pembimbing. Maka saya bertanggung jawab atas kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi data atau bentuk kecurangan-kecurangan lainnya, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Universitas Katolik Soegijapranata.



Semarang, 22 Oktober 2018

Yang Menyatakan,



Bryan Gading Prayoga

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Business has only two functions, marketing and innovation” – Peter Drucker



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK BOSSTON DI KOTA SEMARANG”

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa kelancaran, keberhasilan dan terselesaikannya penelitian ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Octavianus Digdo Hartomo, SE., MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu serta motivasi bagi penulis hingga penulis dapat menyusun penelitian ini.
3. Bapak Sentot Suciarto A., PH. D selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan motivasi maupun arahan dalam membimbing penulis, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Kedua Orang tua yang telah membantu dalam doa dan memberikan dukungan secara material maupun non-material sehingga penelitian ini dapat selesai tepat waktu.
5. Semua teman-teman saya yaitu Hannip, Dandia ishat, Ivan bintang, purwanto nanda, Ari Irawan, Ivan ariya, Andika, Ozzy, Agam, dan NganXngin semua yang saya anggap sudah menjadi saudara yang selalu membuat saya semangat dalam mengerjakan penelitian ini.
6. Teman dekat saya yaitu Beli Melasika yang selalu memberikan motivasi, arahan selama perkuliahan agar selesai tepat waktu.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, baik secara langsung maupun tak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itulah, kritik yang sifatnya mendidik serta dukungan atau saran yang membangun senantiasa penulis terima dengan lapang dada. Akhir kata penulis sampaikan, semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 21 Oktober 2018

Penulis,

Bryan Gading Prayoga



ABSTRAK

Perkembangan jaman yang semakin pesat menimbulkan perubahan dalam gaya hidup yang ada di masyarakat. Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas. Perubahan gaya hidup ini dapat dilihat dari perubahan cara berpakaian dan produk yang dikenakan oleh masyarakat salah satunya adalah sepatu. Dominasi merk asing ini membuat industri sepatu lokal di Kota Semarang menjadi termarginalkan. Salah satu merk sepatu lokal adalah bosston. Dan saya tertarik untuk menelitinya pengaruh gaya hidup, harga, persepsi kualitas, dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan didapatkan kesimpulan bahwa gaya hidup, harga, persepsi kualitas, dan kesadaran merek berpengaruh secara sendiri-sendiri dan bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepatu.

Kata kunci : gaya hidup, harga, persepsi kualitas, kesadaran merek, keputusan pembelian, sepatu bosston

ABSTRACT

The increasingly rapid development of the era has led to changes in lifestyle in society. Lifestyle is a pattern of life that is manifested in activity. This lifestyle change can be seen from changes in the way of dress and products worn by the community, one of which is shoes. The domination of these foreign brands makes the local footwear industry in Semarang become marginalized. One of the local shoe brands is bosston. , price, perceived quality, and brand awareness of purchasing decisions. Based on the results of the research I conducted, it was concluded that lifestyle, price, quality perception, and brand awareness affect themselves and together with the purchase decision of shoes.

Keywords: lifestyle, price, perceived quality, brand awareness, purchasing decisions, bosston shoes

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II Landasan Teori.....	6
2.1 Keputusan Pembelian.....	6
2.1 Gaya Hidup	7
2.3 Harga.....	8
2.4 Persepsi Kualitas	9
2.5 Kesadaran Merek	10
2.6 Penelitian Terdahulu	12
2.7 Perumusan Hipotesis.....	13
2.7.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	13
2.7.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	14
2.7.3 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap keputusan Pembelian	14

2.7.4 Pengaruh Kesadaran merek terhadap Keputusan Pembelian	15
2.8 Kerangka Pikir Penelitian	16
2.9 Definisi Operasional.....	16
BAB III Metode Penelitian	18
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian	18
3.2 Populasi dan Sampel	18
3.3 Jenis Data	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Uji Instrumen	19
3.5 Teknik Analisis	23
3.5.1 Menghitung nilai rata-rata.....	23
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	23
3.5.3 Uji Hipotesis (Uji t).....	24
3.5.4 Uji F Simultan.....	25
3.5.5 Koefisien Determinasi.....	25
BAB IV Hasil dan Pembahasan.....	26
4.1 Gambaran Umum Responden	26
4.2 Diskripsi Karakteristik Responden.....	26
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
4.3.1 Uji Multikolinieritas.....	33
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	34
4.4 Uji Pengaruh	35
4.4.2 Uji F	37
4.4.3 Koefisien Determinasi R ²	38
BAB V Kesimpulan dan Saran	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran.....	39
Daftar Pustaka	41
Lampiran	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Observasi Pengetahuan Konsumen Terhadap Merek Bosston	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	20
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	23
Tabel 4.1 Umur Berdasarkan Usia Responden	26
Tabel 4.2 Frekuensi Pembelian Sepatu Responden per Bulan.....	27
Tabel 4.3 Pembelian Terakhir Sepatu Responden per Bulan.....	27
Tabel 4.4 Crosstabs Merek Sepatu Favorit Dan Jenis Sepatu Favorit	28
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Gaya Hidup (X1)	29
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Harga (X2).....	30
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Persepsi Kualitas (X3).....	31
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Kesadaran Merek (X4).....	31
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y).....	32
Tabel 4.10 Multikolinieritas.....	33
Tabel 4.11 Heteroskedastisitas.....	34
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	36
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	37
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Kesadaran merek.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	16



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	43
Tabulasi	46
Validitas dan Reabilitas Gaya Hidup	55
Validitas dan Reabilitas Harga	56
Validitas dan Reabilitas Persepsi Kualitas	57
Validitas dan Reabilitas Kesadaran Merek	58
Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian	59
Tabel Umur	60
Tabel Frekuensi Pembelian	60
Tabel Pembelian Terakhir	60
Table Crosstabs Sepatu Favorit dan Jenis Sepatu Favorit	61
Table Frekuensi Kuesioner	62
Tabel Uji Multikolinieritas	68
Table Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel Uji Regresi Linier	72

