PENGARUH KUALITAS PRODUK, ASOSIASI MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VESPA PIAGGIO DI KOTA SEMARANG

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Maria Clamenza Dhea Gunawan

13.30.0079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Clamenza Dhea Gunawan

NIM : 13.30.0079

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Asosiasi Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vespa Piaggio di Kota Semarang" adalah hasil penelitian saya dengan supervise dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 24 Januari 2019

Yang menyatakan,

Maria Clamenza Dhea Gunawan

13.30.0079

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, ASOSIASI MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VESPA PIAGGIO DI KOTA SEMARANG**

Disusun oleh:

Nama	: Maria Clamenza Dhea Gunawan
NIM	: 13.30.0079
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
	Universitas Katolik Soegijapranata

Telah disetujui dan diterima pada 24 Januari 2019

Semarang, 24 Januari 2019

Menyetujui,

Sentot Suciarto A.,Ph.D

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan Judul **: "Pengaruh Kualitas Produk, Asosiasi Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vespa Piaggio di Kota Semarang"**

Yang disusun oleh:

Nama : Maria Clamenza Dhea Gunawan

NIM : 13.30.0079

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada 24 Januari 2019 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Penguji 1

Dr. Retno Yustini W MSI

Penguji 2

Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA

Penguji 3

Sentot Suciarto A.,Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Octavianus Digdo Hartomo, S.E., M.Si.Akt

HALAMAN MOTTO

Life is like riding a bicycle.
To keep your balance, you must
KEEP MOVING
- *Albert Einstein* -

Talk to God about everything.
There is nothing he can't handle.
Go to Him
Ephesians 3:12

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Tuhan yang telah membantu saya untuk kelancaran pembuatan skripsi ini, serta telah memberikan orang tua dan kakak yang terus mendukung saya untuk menyelesaikan studi saya, baik dalam bentuk semangat, materi, dan motivasi. Serta keluarga besar dan para sahabat yang senantiasa memberikan saya motivasi dan semangat agar dapat segera menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan rahmat-Nya yang sungguh luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Asosiasi Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vespa Piaggio di Kota Semarang". Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tentu tidak lepas dari berbagai dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang telah senantiasa melimpahkan kasih, berkat, dan rahmat-Nya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua tercinta, Alm.Gunawan Soeito (Papa) yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dengan penuh kasih sayang sampai akhir hayatnya, Felisia Tusmijati Gunawan (Mama) yang selalu mendoakan penulis dengan sepenuh hati dan memberi semangat serta motivasi agar segera menyelesaikan pendidikan S1 ini.
3. Kakak kandung tersayang, Clarita Monalize yang tidak kenal lelah untuk mendoakan, memberi dukungan, motivasi, serta bantuan agar skripsi ini dapat segera terselesaikan. Beserta suaminya Rio Ardian yang memberi dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Octavianus Didgo Hartomo, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Ibu Dr. Widuri Kurniasari,SE.MSI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
6. Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D selaku dosen pembimbing penulis, yang banyak memberikan masukan dan saran sampai skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Ibu Dr. Retno Yustini W, MSI selaku dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA. selaku dosen penguji yang dengan senang hati memberikan masukan yang membantu penulis, sehingga kripsi ini dapat diselesaikan.
9. Kakak angkat Karina Darmawan dan Natanael Handoyo yang dengan senang hati mendukung, memberikan omelan, serta memotivasi penulis dengan berbagai cara, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Aprilia Monica yang telah memberikan inspirasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat – sahabat penulis, Alvina Jane, Carmelita Gunawan, Patricia Ramali, Dian Christiani, Vincentia Sonia yang selalu mendukung penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
12. Teman – teman KTM yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Segala pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, jika terdapat kritik/masukan guna menyempurnakan tulisan ini, penulis akan dengan senang hati menerimanya. Penulis berharap melalui karya ini, penulis dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak yang berkepentingan dan memerlukannya.

Semarang, 24 Januari 2019

Penulis,

Maria Clamenza Dhea Gunawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata , saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Clamenza Dhea Gunawan

NIM : 13.30.0079

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royali Noneksklusif (*Non – exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul :

"Pengaruh Kualitas Produk, Asosiasi Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vespa Piaggio di Kota Semarang". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 24 Januari 2019

Yang menyatakan,

Maria Clamenza Dhea Gunawan

ABSTRAK

Nama : Maria Clamenza Dhea Gunawan

NIM : 13.30.0079

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Asosiasi Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vespa Piaggio di Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, asosiasi merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian vespa piaggio di Kota Semarang yang dilakukan dengan cara mengumpulan 100 responden yang merupakan pengguna vespa piaggio di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden. Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk, asosiasi merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Keyword: Kualitas Produk, Asosiasi Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

The objective of this research is to observe the effect of product quality, brand association, and lifestyle in relation to purchasing decision of vespa piaggio in Semarang, which was accomplished by gathering data from 100 respondent of vespa piaggio user/owner within the city. Questionnaire was given to each subject for data gathering. The result of the data processing shows significant effect of product quality, brand association, and lifestyle in buyer decision process.

Keyword: Product Quality, Brand Association, Lifestyle, Buyer Decision Process

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS ii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iii

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ix

ABSTRAK x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I. PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Perumusan Masalah 5

1.3. Tujuan dan Manfaat 6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA 8

2.1. Pengertian Kualitas Produk 8

2.2. Pengertian Asosiasi Merek (*Brand Association*) 11

2.3. Pengertian Gaya Hidup 12

2.4. Pengertian Keputusan Pembelian 13

2.5. Kerangka Pikir 16

2.6. Hipotesis Penelitian 16

2.7. Definisi Operasional 17

BAB III. METODE PENELITIAN 19
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian 19
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 19
3.3. Pengumpulan Data 20
3.4. Teknik Analisis Data 24
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN 31
4.1. Karakteristik Responden 31
4.2. Uji Asumsi 35
4.3. Analisis Deskriptif 38
4.4. Uji Hipotesis 41
4.5. Uji Goodness Model of Fit 42
4.6. Koefisien Determinasi 42
4.7. Pembahasan 43
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN 46
5.1. Kesimpulan 46
5.2. Saran 46
DAFTAR PUSTAKA 48
LAMPIRAN 53

Program Studi Manajemen FEB UNIKA Soegijapranata

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Harga Vespa Piaggio 4
Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Penelitian 17
Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Produk 21
Tabel 4. Uji Validitas Asosiasi Merek 22
Tabel 5. Uji Validitas Gaya Hidup 22
Tabel 6. Uji Validitas Keputusan Pembelian 23
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas 24
Tabel 8. Interpretasi Korelasi 26
Tabel 9. Karakteristik Responden berdasar Jenis Kelamin 31
Tabel 10. Karakteristik Responden berdasar Hobi 32
Tabel 11. Karakteristik Responden berdasar Usia 32
Tabel 12. Karakteristik Responden berdasar Pendidikan 33
Tabel 13. Karakteristik Responden berdasar Pekerjaan 33
Tabel 14. Karakteristik Responden berdasar Pendapatan 34
Tabel 15. Karakteristik Responden berdasar Lama Penggunaan 34
Tabel 16. Karakteristik Responden berdasar Asosiasi Merek Piaggio 35
Tabel 17. Uji Normalitas 36
Tabel 18. Uji Multikolinearitas 37
Tabel 19. Uji Heterokedastistas 38
Tabel 20. Statistik Deskriptif Kualitas Produk 38
Tabel 21. Statistik Deskriptif Asosiasi Merek 39
Tabel 22. Statistik Deskriptif Gaya Hidup 39
Tabel 23. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian 40
Tabel 24. Uji Hipotesis (Uji t) 41
Tabel 25. Uji F 42
Tabel 26. Uji Koefisien Determinasi 43
Tabel 27. Data Hasil Kuesioner Kualitas Produk 61
Tabel 28. Data Hasil Kuesioner Asosiasi Merek 64
Tabel 29. Data Hasil Kuesioner Gaya Hidup 67

Tabel 30. Data Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian 71
Tabel 31. Data Responden 74
Tabel 32. *Case Processing Summary* Keputusan Pembelian 82
Tabel 33. *Reliability Statistics* Keputusan Pembelian 82
Tabel 34. Item-Total Statistics Keputusan Pembelian 82
Tabel 35. *Scale Statistics* Keputusan Pembelian 83
Tabel 36. *Case Processing Summary* Kualitas Produk 83
Tabel 37. *Reliability Statistics* Kualitas Produk 83
Tabel 38. Item-Total Statistics Kualitas Produk 84
Tabel 39. *Scale Statistics* Kualitas Produk 84
Tabel 40. *Case Processing Summary* Asosiasi Merek 84
Tabel 41. *Reliability Statistics* Asosiasi Merek 85
Tabel 42. Item-Total Statistics Asosiasi Merek 85
Tabel 43. *Scale Statistics* Asosiasi Merek 85
Tabel 44. *Case Processing Summary* Gaya Hidup 85
Tabel 45. *Reliability Statistics* Gaya Hidup 86
Tabel 46. Item-Total Statistics Gaya Hidup 86
Tabel 47. *Scale Statistics* Gaya Hidup 86
Tabel 48. Uji Normalitas Lampiran 87
Tabel 49. Uji Autokorelasi 88
Tabel 50. Uji Multikolinearitas 88
Tabel 51. Uji Heterokedastistas 89
Tabel 52. *Variables Entered/Removed*[a] 89
Tabel 53. Model Summary 90
Tabel 54. *ANOVA*[a] 90
Tabel 55. *Coefficients*[a] 90
Tabel 56. Statistik Deskriptif Jenis Kelamin 91
Tabel 57. Statistik Deskriptif Hobi 91
Tabel 58. Statistik Deskriptif Usia 92
Tabel 59. Statistik Deskriptif Pendidikan 92
Tabel 60. Statistik Deskriptif Pekerjaan 92

Tabel 61. Statistik Deskriptif Pendapatan 93
Tabel 62. Statistik Deskriptif Lama Penggunaan 93
Tabel 63. Statistik Deskriptif Pertanyaan Asosiasi Merek 94
Tabel 64. *Descriptive Statistics* Kualitas Produk 95
Tabel 65. Analisis Deskriptif Kualitas Produk 95
Tabel 66. *Deskriptive Statistics* Asosiasi Merek 96
Tabel 67. Analisis Deskriptif Asosiasi Merek 96
Tabel 68. *Descriptive Statistics* Gaya Hidup 96
Tabel 69. Analisis Deskriptif Gaya Hidup 97
Tabel 70. *Descriptive Statistics* Keputusan Pembelian 97
Tabel 71. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian 98

Program Studi Manajemen FEB UNIKA Soegijapranata

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Prinsip-Prinsip Pemasaran 14
Gambar 2. Kerangka Pikir..... 16
Gambar 3. Grafik Uji Normalitas 36
Gambar 4. Uji Normalitas Lampiran 87

Program Studi Manajemen FEB UNIKA Soegijapranata

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner 53
Lampiran B. Tabulasi Data Penelitian 60
Lampiran C. Analisis Data 81

Program Studi Manajemen FEB UNIKA Soegijapranata