

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA HIDUP
HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB ZOYA DI KALANGAN MAHASISWA
(Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :
GUNTUR AJI PAMUNGKAS
NPM. 17610023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
TAHUN 2021 M / 1442 H**



**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA HIDUP
HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB ZOYA DI KALANGAN MAHASISWA
(Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

GUNTUR AJI PAMUNGKAS

NPM. 17610023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
TAHUN 2021 M / 1442 H**

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA
HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB ZOYA DI KALANGAN MAHASISWA
(Studi pada Mahasiswa Di IAIN Metro)**

Guntur Aji Pamungkas¹, Ratmono², Nina Lelawati³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro

ABSTRAK

Indonesia adalah Negara muslim terbesar, dimana diperkirakan 229 juta penduduk di indonesia beragama islam. Sementara dalam agama islam sendiri perempuan di perintahkan untuk menggunakan jilbab sesuai dengan Qs.Al-Ahzab/33:59, oleh karena itu dapat dipastikan kebutuhan akan jilbab di indonesia sangat tinggi. Dengan potensi yang ada tersebut pelaku-pelaku usaha khususnya dalam bidang fasion hijab berusaha memaksimalkan peluang yang ada dengan memahami perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk jilbab. Salah satu merek jilbab yang sejak tahun 2016 - 2020 menjadi *top brand* adalah jilbab Zoya. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu "Apakah antara harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian jilbab zoya". Dari permasalahan tersebut maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme terhadap keputusan pembelian jilbab zoya. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kemudian dalam analisa data menggunakan metode kuantitatif, yaitu data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan spss. Berdasarkan analisis data menggunakan spss, maka kesimpulan pada penelitian ini yaitu diantara harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme hanya preferensi merek yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Zoya, sementara secara simultan harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian jilbab Zoya.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Preferensi Merek, Gaya Hidup Hedonisme, Keputusan Pembelian

**INFLUENCE ON PRICE, BRAND IMAGE, BRAND PREFERENCE AND STYLE
HEDONISM'S LIFE ON PURCHASE DECISIONS
JILBAB ZOYA IN STUDENTS
(Studies on Students at IAIN Metro)**

Guntur Aji Pamungkas¹, Ratmono², Nina Lelawati³

*Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro
University*

ABSTRACT

Indonesia is the largest Muslim country, where an estimated 229 million people in Indonesia are Muslims. While in Islam itself, women are instructed to wear the headscarf in accordance with Qs. Al-Ahzab / 33: 59, therefore it can be ascertained that the need for a headscarf in Indonesia is very high. With this existing potential, business actors specifically in the field of hijab fashion are trying to maximize existing opportunities by understanding consumer behavior in making hijab product purchasing decisions. One of the hijab brands that has been a top brand since 2016 - 2020 is the Zoya hijab. The formulation of the problem in this study, namely "Is between price, brand image, brand preference and lifestyle hedonism partially or simultaneously influence the purchase decision of the zoya hijab". From these problems, the purpose of this study is to determine the effect of price, brand image, brand preference and hedonism lifestyle on purchasing decisions of Zoya hijab. The method in this research is quantitative. The technique used in data collection using a questionnaire. Then in data analysis using quantitative methods, the data collected is then processed and analyzed using SPSS. Based on data analysis using SPSS, the conclusion in this study is that between price, brand image, brand preference and lifestyle hedonism, only brand preference has a positive and significant effect on the decision to purchase Zoya hijab, while simultaneously price, brand image, brand preference and style. life of hedonism has a positive and significant effect together on the purchase decision of Zoya's hijab.

Keywords: *Price, Brand Image, Brand Preference, Hedonism Lifestyle, Purchase Decision*

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA
HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB ZOYA DI KALANGAN MAHASISWA

(Studi pada Mahasiswa Di IAIN Metro)

GUNTUR AJI PAMUNGKAS

17610023

Hari : JUMAT
Tanggal : 16 APRIL 2021
Tempat Ujian : RUANG UJIAN FEB UM METRO

Tim Penguji,

Ratmono, S.E.,M.M. **Ketua Penguji**
NIDN. 0220076001

Nina Lelawati, S.E.,M.M. **Sekretaris**
NIDN. 0212028802

Dr Suharto, S.E., M.M **Penguji Utama**
NIDN. 0228035801

H. Suwanto, S. E., M. M. **Dekan**
NIDN. 0210036801

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA HIDUP
HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB ZOYA DIKALANGAN MAHASISWA
(Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)

GUNTUR AJI PAMUNGKAS

17610023

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing 1



Ratmono, S.E.,M.M.

NIDN. 0220076001

Dosen Pembimbing 2



Nina Lelawati, S.E.,M.M.

NIDN. 0212028802

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro



Dr.H.Febriyanto, S.E.,M.M.

NIDN. 0223027901

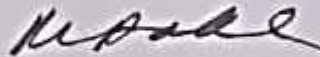
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA
HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB ZOYA DI KALANGAN MAHASISWA
(Studi pada Mahasiswa Di IAIN Metro)**

**GUNTUR AJI PAMUNGKAS
17610023**

Hari : JUMAT
Tanggal : 16 APRIL 2021
Tempat Ujian : RUANG UJIAN FEB UM METRO

Tim Penguji,



Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 0220076001

Ketua Penguji



Nina Lelawati, S.E., M.M.
NIDN. 0212028802

Sekretaris



Dr Suharto, S.E., M.M
NIDN. 0228035801

Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Suwarta, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada pihak yang senantiasa membantu, mendukung, memotivasi, dan mendoakan dengan penuh keikhlasan. Ucapan terima kasih tersebut penulis persembahkan untuk:

1. Ayahanda Marwan Effendi dan Ibunda Sri Sujarwani Indrawati tercinta yang telah mendidik, menyayangi, mengarahkan, dan senantiasa mendoakan kebaikan untuk penulis sejak dalam kandungan sampai saat ini. Ucapan terimakasih atas segala pengorbanan yang tanpa rasa lelah membersamai penulis untuk meraih apa yang dicita-citakan.
2. Kakak saya Satrio Adhi Wicaksono, mbak saya Lakhsmita Devi, Nimas Setyoningrum, Shita Devi Angraini dan kedua ponakan imut Saya Safa Aisyah Maryam, Alilah Rumaisha Azizah yang selalu menjadi semangat saya dalam menuntut Ilmu.
3. Keluarga Besar Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Kanda dan Yunda Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Kota Metro yang senantiasa memberikan motivasi dan mendampingi proses bertumbuh saya, terkhusus pada yunda Luna Laurensa.
5. Rekan-rekan seperjuangan Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Kota Metro yang senantiasa membersamai penulis dalam jalan juang dan semangat dakwah.
6. Teman kelas terbaik Manajemen A angkatan 2017 yang selalu membersamai dalam setiap proses belajar di ruang kelas.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas semua berkat dan Rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB ZOYA DIKALANGAN MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)”** sebagai salah satu syarat menempuh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Dalam hal ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Febriyanto, S.E., M.M., Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Bapak Ratmono, S.E.,M.M dan Ibu Nina Lelawati, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu,selalu memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan dan kesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, 10Maret 2021

Penulis

Guntur Aji Pamungkas

NPM. 17610023

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Guntur Aji Pamungkas

NPM : 17610023

Jurusan/Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini adalah asli, bukan duplikasi atau tulisan yang telah diajukan untuk mendapat gelar oleh orang lain di Perguruan Tinggi manapun, juga tidak memuat bahan-bahan yang tidak saya sebutkan sumbernya yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila ternyata tidak benar, maka saya bersedia menanggung akibat yang ditimbulkan.



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN


PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



**SURAT KETERANGAN
UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)**

Nomor: 2010/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : GUNTUR AJI PAMUNGKAS
NPM : 17610023
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB ZOYA DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

 Metro, 07 Mei 2021
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703



Dewantara No.116
Kec. Metro Timur Kota
Pung. Indonesia
www.upi.ummetro.ac.id
@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PELAGIAT	xi
SIMILARITY CHECK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
F. Ruang Lingkup Penelitian	7

BAB II KAJIAN LITERATUR

A. Kajian Literatur yang mendukung variabel terikat dan bebas	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
2. Harga	10
3. Citra Merek.....	12
4. Preferensi Merek	13
5. Gaya Hidup Hedonisme.....	14
6. Keputusan Pembelian.....	15
B. Penelitian Relevan	16
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Disain Penelitian	26
B. Tahapan Penelitian	26
1. Teknik Sampling	26
C. Definisi Operasional Variabel	27
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Instrumen Penelitian	32
F. Teknik Analisis Data.....	33
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	34
2. Pengujian Persyaratan Analisis	34
a. Uji Normalitas	34
b. Uji Linieritas	35
c. Uji Multikolinieritas	35
d. Analisis Regresi Linier Berganda	36
e. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	36
3. Pengujian Hipotesis.....	36
a. Uji Parsial (Uji-t).....	36
b. Uji Simultan (Uji-F).....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
1. Sejarah Zoya	38
2. Visi Misi Zoya	39
B. Hasil Penelitian	39
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	40
a. Uji Validitas	40
b. Uji Reliabilitas	43
2. Pengujian Persyaratan Analisis	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Linieritas	45
c. Uji Multikolinieritas	47
d. Analisis Regresi Linier Berganda	48
e. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	49
3. Pengujian Hipotesis	50
a. Uji Parsial (Uji-t).....	50

b. Uji Simultan (Uji-F).....	51
C. Pembahasan	52

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	54
B. Saran	54

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>TOP BRAND INDEX</i> KATEGORI.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Relevan	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 4.1.1 Hasil Uji Validitas Harga (X_1)	40
Tabel 4.1.2 Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	41
Tabel 4.1.3 Hasil Uji Validitas Preferensi Merek (X_3).....	41
Tabel 4.1.4 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonisme (X_4)	42
Tabel 4.1.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.4.1 Linieritas Y Atas X_1	45
Tabel 4.4.2 Linieritas Y Atas X_2	45
Tabel 4.4.3 Linieritas Y Atas X_3	46
Tabel 4.4.4 Linieritas Y Atas X_4	46
Tabel 4.5.1 Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.7.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	49
Tabel 4.8.1 Uji Parsial (Uji-t)	50
Tabel 4.8.1 Uji Simultan (Uji-F)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. INSTRUMEN PENELITIAN
2. Tabulasi Skor Jawaban Kuesioner
3. Data Mentah Total Skor Jawaban Kuisisioner
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Uji Normalitas
7. Hasil Uji Linieritas
8. Hasil Uji Multikolinieritas
9. Hasil Uji Analisis Regresi Liniear Berganda
10. Hasil Uji F
11. Tabel R
12. Tabel T dan F
13. Lain-lain