

## LEMBAR PERSETUJUAN

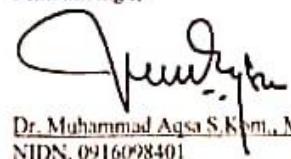
### PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA YAMIN BUETIQUE DI KOTA PALOPO

disusun dan diajukan oleh

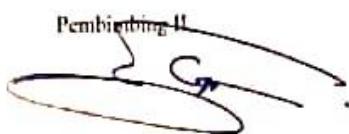
Hildawati Kadir  
201720029

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Pembimbing I.

  
Dr. Muhammad Aqsa S.Kom., M.Si.  
NIDN. 0916098401

Tanggal 23/07/2021

Pembimbing II  
  
Goso, S.E., MM.  
NIDN. 0912067603

Tanggal 23/07/2021

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen  
  
Imran Ulkhas, S.E., M.M.  
NIDN. 0903048602

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI**

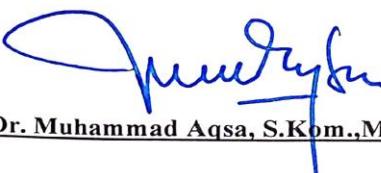
**PENGARUH BRAND IMAGE DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA YAMIN BUETIQUE  
DI KOTA PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

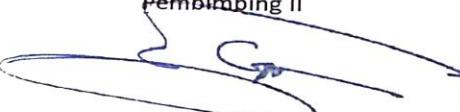
**Hildawati Kadir  
201720029**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal 30 September 2021

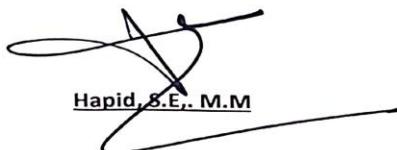
Pembimbing I

  
**Dr. Muhammad Aqsa, S.Kom., M.Si.**

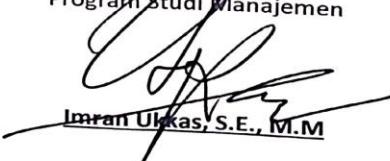
Pembimbing II

  
**Goso, S.E., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Palopo

  
**Hapid, S.E., M.M.**

Ketua  
Program Studi Manajemen

  
**Imran Ulukas, S.E., M.M.**

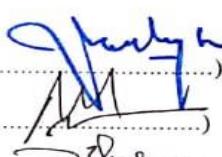
**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI****SKRIPSI****PENGARUH BRAND IMAGE DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA YAMIN BUETIQUE  
DI KOTA PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

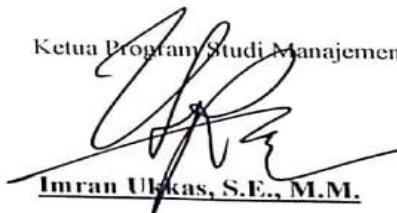
**Hildawati Kadir**  
**201720029**

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 30 september 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

**Susunan Dewan Penguji**

- |            |   |   |   |
|------------|---|---|---|
| 1. Penguji | : | Dr. Muhammad Aqsa, S.Kom.,M.Si. ( ..... ) |  |
| 2. Penguji | : | Suparni Sampetan, S.E., M.M .             | ( ..... )   |
| 3. Penguji | : | Dr.Rahmawati,S.E,M.Si,                    | ( ..... )   |

Ketua Program Studi Manajemen

  
**Imran Ulukas, S.E., M.M.**

### SURAT PERNYATAAN ORISINIL

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hildawati Kadir

NIM : 201720029

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul Pengaruh *Brand Image* Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yamin Buetique Di Kota Palopo adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat secarakeseluruhan atau sebagian dari skripsi dan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Palopo, 30 september 2021  
Pembuat pernyataan



Hildawati Kadir  
NIM: 201720029

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala ridho, rahmat dan hidayahnya lah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, sehingga terselesaikan tepat pada waktunya dan skripsi ini berjudul **“Pengaruh Brand Image dan Gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Yamin Buetique di Kota Palopo”**. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam meraih gelar sarjana manajemen di Universitas Muhammadiyah Palopo.

Skripsi ini disusun karena penulis berkeinginan untuk membuat sebuah karya ilmiah melalui atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diperoleh selama ini di Universitas Muhammadiyah Palopo, walaupun karya tulis ini sangat sederhana namun ini sangat bermakna bagi para pembaca dan juga penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini pastinya tidak lepas dari bantuan, pembimbing dan dukungan dari berbagai pihak manapun, baik dari segi materi maupun dorongan yang diberikan sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya. Sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Salju, S.E, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
2. Bapak Hapid, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
3. Bapak Dr.Muhammad Aqsa S.kom.,M, Si selaku pembimbing 1 yang sabar dalam membina dan memberikan masukan dan juga arahan kepada penulis

mulai dari penyusunan proposal hingga penelitian sampai dengan selesaiya skripsi iini.

4. Bapak Goso S.E, M.M selaku pembimbing 2 yang sabar dalam memberikan masukan dan arahan kepada penulis mulai dari penyusunan proposal hingga penelitian sampai dengan selesaiya skripsi ini.
5. Bapak Imran Ukkas S.E, M.M selaku Ketua Program Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
6. Bapak dan ibu dosen yang penuh dengan kesabaran dan penuh dengan ketekunan dalam membimbing dan mengarahkan penulis sampai pada tahap akhir penyelesaian studi di Universitas Muhammadiyah Palopo.
7. Bapak dan ibu staf pengelolah di Universitas Muhammadiyah Palopo yang telah membantu penulis dalam hal administrasi.
8. Terkhusus untuk kedua orang tua saya dan saudara-saudara saya, yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
9. Kepada sahabat seperjuangan saya di Universitas Muhammadiyah Palopo, rara ramadhani, nurul madani , irawati ansar, indah lestari, arman, mega silvia ucapan terima kasih atas bantuannya selama ini dan terima kasih telah menjadi teman yang memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Teman teman Manajemen A1 terima kasih untuk semuanya 3,5 tahun yang kita lalui. Suka dan duka selama masa perkuliahan, terimah kasih keceriaan yang selalu berkenang di Manajemen A1. Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis dapat bernilai ibadah disisi allah SWT. Penulis pun menyadari skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat kekurangan

11. Terima kasih Kepada H.illa selaku owner boutique yamin yang telah membantu peneliti dalam memperoleh banyak informasi yang terkait tempat peneliti untuk melakukan penelitian.

oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini yang merupakan hasil perjuangan yang sangat keras dapat memberikan manfaat bagi kita semua ini amin.

Wassalamualikum Wr.Wb

Palopo, September 2021

HILDAWATI KADIR  
201720029

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINIL.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Brand Image .....	8
2.3 Gaya Hidup .....	12
2.4 Keputusan Pembeli.....	14
2.5 Penelitian Terdahulu .....	22
2.6 Kerangka Konseptual .....	25
2.7 Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
3.3 Populasi dan Sampel .....	26
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Defenisi Operasional Variabel Penelitian .....	28
3.7 Instrumen Penelitian.....	30
3.8 Analisis Data .....	31
3.9 Pengujian Hipotesis.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Sejarah Boutique .....	36
4.2 Visi Misi Boutique .....	37
4.3 Pembahasan.....	44

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran.....	47
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>53</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 penelitian terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional variabel.....	36
Tabel 3.2 Alternatif jawaban dengan skala likert.....	37
Tabel 4.1 karakterstik responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 4.2 karakterstik responden berdasarkan usia.....	39
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	40
Tabel 4.4 Uji Realibilitas .....	41
Tabel 4.5 Hasil uji regresi linear berganda .....	42
Tabel 4.6 Uji Determinasi .....	43
Tabel 4.7 UJi T.....	44

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	30
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner penelitian .....	55
Lampiran 2 Rekapitulasi data responden .....	62
Lampiran 3 Karakterstik responden .....	68
Lampiran 4 Uji Validitas.....	69
Lampiran 5 Uji Reabilitas .....	71
Lampiran 6 Analisis Regresi linear berganda .....	74
Lampiran Uji 7 koefisien determinasi.....	74
Lampiran 8 Uji T.....	74

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA YAMIN BUETIQUE  
DI KOTA PALOPO

Hildawti Kadir

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo Jalan Jendral  
Sudirman Km 03 Binturu Wara Selatan Kota Palopo  
Sulawesi Selatan 91992

**Abstrak**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan gaya hidup hidup terhadap keputusan pembelian pada yamin buetique di Kota Palopo. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ii adalah data kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 40 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada yamin boutique di kota palopo. Sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada yamin boutique di kota palopo.

Kata kunci: *Brand image*,Gaya Hidup,Keputusan Pembelian.

# THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS AT YAMIN BUETIQUE IN PALOPO CITY

Hildawti Kadir

Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Palopo  
Jalan Jendral Sudirman Km 03 Binturu Wara Selatan Palopo CitySouth  
Sulawesi 91992

## **Abstract**

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and lifestyle on purchasing decisions at Yamin Buetique in Palopo City. The type of data used in this research is quantitative data. Data were collected through questionnaires which were distributed to 40 people. The results of this study indicate that: brand image has a significant effect on purchasing decisions at Yamin Boutique in Palopo City. Meanwhile, lifestyle does not have a significant effect on purchasing decisions at Yamin Boutique in Palopo City.

Keywords: Brand image, Lifestyle, Purchase Decision.