

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
MINAT BELI PRODUK UNIQLO
(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Uniqlo di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON
INTEREST IN BUYING UNIQLO PRODUCTS***

(Case Study of Uniqlo Product Consumers in East Jakarta)

Oleh:

Rizki Dwi Hamzah

2020410042

SKRIPSI

Untuk Memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
MINAT BELI PRODUK UNIQLO

(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Uniqlo di Jakarta Timur)

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON INTEREST
IN BUYING UNIQLO PRODUCTS

(Case Study of Uniqlo Product Consumers in East Jakarta)

Oleh:

Rizki Dwi Hamzah


2020410042

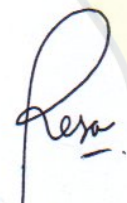
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program
Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

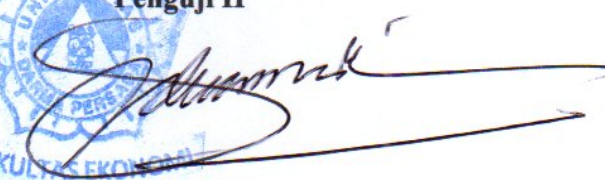
Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 29 Juli 2024 dengan
hasil nilai "A-"

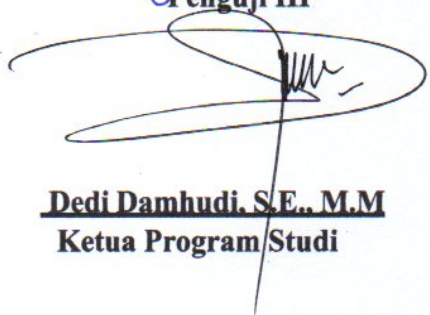

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Pembimbing


Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.
Penguji I


Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.
Penguji II


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji III


Dr. Sukardi, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rizki Dwi Hamzah

Nim : 2020410042

Jurusan/Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Produk Uniqlo (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Uniqlo di Jakarta Timur)”**. Yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri, bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila kemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

29 Juli 2024



Rizki Dwi Hamzah
2020410042

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Terhadap Minat Beli Produk Uniqlo di Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden waktu 3 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($79,541 > 3,09$). Sedangkan citra merek secara parsial berpengaruh signifikan $0,043 < 0,05$ dan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,053 > 1,985$). Gaya hidup secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($6,547 > 1,985$).

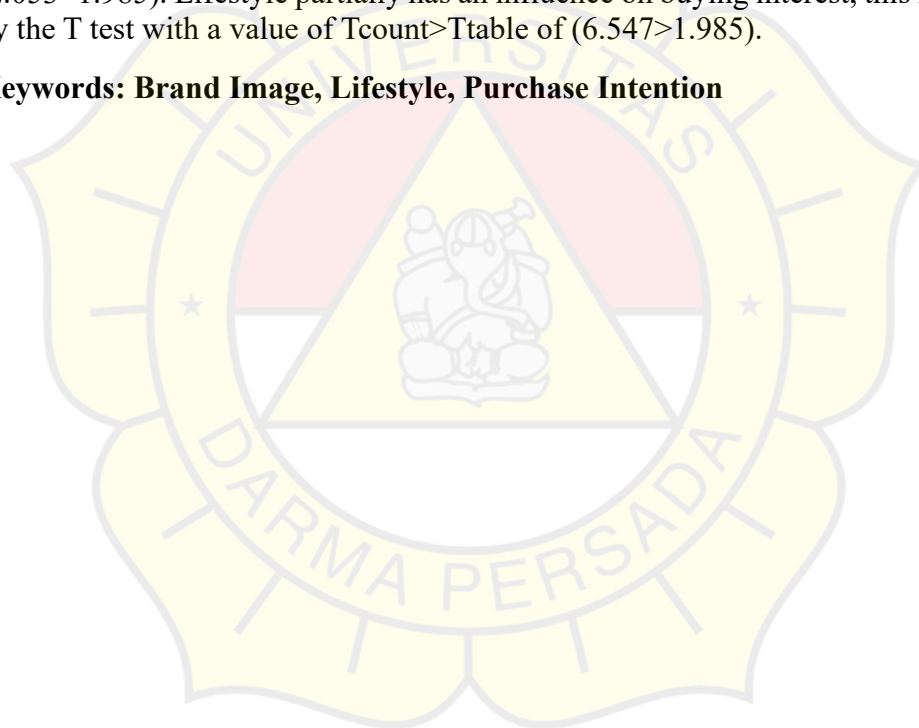
Kata Kunci: Citra Merek, Gaya Hidup, Minat Beli

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of brand image, lifestyle on interest in buying Uniqlo products in East Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents in the last 3 months. Sampling was carried out using the multiple linear regression formula, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test) were carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Hypothesis testing simultaneously uses the (F) test, partially using the (T) test.

The results of this research show that brand image and lifestyle variables simultaneously influence purchasing interest, this is proven by the F test with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($79.541 > 3.09$). Meanwhile, brand image partially has a significant effect of $0.043 < 0.05$ and the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($2.053 > 1.985$). Lifestyle partially has an influence on buying interest, this is proven by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($6.547 > 1.985$).

Keywords: Brand Image, Lifestyle, Purchase Intention



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas izin, rahmat, dan hidayah nya, bahwa penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Uniqlo (Studi Kasus Pada Konsumen Uniqlo di Jakarta Timur)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Maka, dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa, dana, dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi.
2. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Drs. Agus Salim Dasuki, M.Eng sebagai Rektor Universitas Darma Persada.

4. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak Dedi Damhudi S.E., M.M. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Semua dosen Fakultas Ekonomi jurusan manajemen yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 29 Juli 2024

Rizki Dwi Hamzah

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Pembatasan Masalah	13
1.2.3. Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Bauran Pemasaran	19
2.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	23
2.2.1 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	23
2.2.2 Dimensi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	25
2.2.3 Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	28
2.2.4 Manfaat Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	28
2.2.5 Faktor-Faktor Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	29
2.3 Gaya Hidup	30
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	30
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	31

2.3.3 Indikator Gaya Hidup.....	34
2.4 Minat Beli	34
2.4.1 Pengertian Minat Beli	34
2.5 Penelitian Terdahulu (Landasan Empiris)	36
2.6 Kerangka Pemikiran.....	46
2.7 Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Metode Penelitian.....	49
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
3.3 Operasional Variabel	49
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	56
3.4.1 Sumber dan cara menentukan data.....	56
3.4.2 Cara Penentuan Data	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	61
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	61
3.6.2 Alat dan Analisis Data.....	66
3.6.3 Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	72
4.1.1 Sejarah Uniqlo.....	72
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	73
4.2 Karakteristik Responden	74
4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	75
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	76
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	76
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	77
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa <i>Bugget</i> Yang Dikeluarkan Untuk Berbelanja <i>Fashion Product</i>	78
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Fashion Product</i> Yang Sering Dibeli.	79
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Indikator	80
4.3.1 Citra Merek	80

4.3.2 Gaya Hidup	88
4.3.3 Minat Beli	100
4.3.4 Hasil Analisis Deskriptif Per Variabel.....	112
4.4 Uji Keabsahan Data.....	113
4.4.1 Uji Validitas.....	113
4.4.2 Uji Reliabilitas	115
4.5 Uji Asumsi Klasik	116
4.5.1 Uji Normalitas.....	116
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	118
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	119
4.5.4 Uji Autokorelasi	120
4.6 Analisis Regresi dan Uji Korelasi	121
4.6.1 Koefisien Korelasi R	121
4.6.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	122
4.6.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	123
4.6.4 Persamaan Regresi	125
4.7 Hasil Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	126
4.7.1 Pengaruh Citra Merek (X1) dan Gaya Hidup (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	126
4.7.2 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	127
4.7.3 Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	130
5.1 Kesimpulan	130
5.2 Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Top <i>Brand</i> Index Perlengkapan Pribadi.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Variabel – Variabel Penelitian	50
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	51
Tabel 3. 3 Media Penyebaran Kuesioner	60
Tabel 3. 4 Skala Likert	61
Tabel 3. 5 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	65
Tabel 3. 6 Rentang Skala	67
Tabel 3. 7 Interval Koefisien Korelasi	69
Tabel 3. 8 Interval Koefisien Determinasi	70
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	77
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	78
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Berapa <i>Bugget</i> Yang Di Keluarkan	78
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Jenis <i>Fashion Product</i> Yang Sering....	79
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 1	80
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 2	81
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 3	82
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 4.....	83
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 5.....	84
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 6.....	85
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 7	86
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 8.....	87
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 9	88
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 1	89
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 2.....	90

Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 3.....	91
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 4.....	92
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 5.....	93
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 6.....	94
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 7.....	95
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 8.....	96
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 9.....	97
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 10.....	98
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 11.....	99
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 12.....	100
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 1.....	101
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 2.....	102
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 3.....	103
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 4.....	104
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 5.....	105
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 6.....	106
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 7.....	107
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 8.....	108
Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 9.....	109
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 10.....	110
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 11.....	111
Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 12.....	112
Tabel 4. 41 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	113
Tabel 4. 42 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	114
Tabel 4. 43 Hasil Uji Reliabilitas.....	116
Tabel 4. 44 Tabel Kolmogrov Smirov.....	117
Tabel 4. 45 Hasil Multikolinieritas.....	118
Tabel 4. 46 Hasil Uji Autokorelasi.....	120
Tabel 4. 47 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	121
Tabel 4. 48 Hasil Parameter Uji F.....	122
Tabel 4. 49 Hasil Parameter Uji T.....	124

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 <i>Brand</i> Produk Pakaian dengan Nilai Merek Terbesar Global 2023... 3	
Gambar 1. 2 Hasil Konsolidasi Uniqlo 1H Tahun Fiskal 2024 6	
Gambar 1. 3 <i>Perfomance</i> Uniqlo pada 1H Tahun Fiskal 2024 7	
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 47	
Gambar 2. 2 Model Paradigma Penelitian 48	
Gambar 4. 1 Analisis Grafik Uji Normalitas P-Plot 118	
Gambar 4. 2 Scatterpot Hasil Uji Heteroskedastisitas 119	

