

**PENGARUH *BRAND IMAGE, LIFE STYLE DAN TREND FASHION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA EXECUTIVE
DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Diana Agustia

203402516182



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE, LIFE STYLE DAN TREND FASHION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA EXECUTIVE
DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

Diajukan Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Manajemen Universitas Nasional

Diajukan Oleh :

Diana Agustia

203402516182



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH *BRAND IMAGE, LIFE STYLE DAN TREND FASHION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA EXECUTIVE
DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Februari 2024



DIANA AGUSTIA

NPM : 203402516182

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

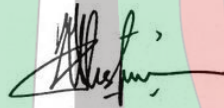
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFE STYLE* DAN *TREND FASHION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA EXECUTIVE DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **DIANA AGUSTIA**

Nomor Pokok : **203402516182**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 15 Februari 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFE STYLE* DAN *TREND FASHION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA EXECUTIVE DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **DIANA AGUSTIA**

Nomor Pokok : **203402516182**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,



(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Anggota/Penguji,



(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Dekan,



(Prof. Kumba Dgdowiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D.)

Jakarta, 15 Februari 2024

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFE STYLE* DAN *TREND FASHION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN

Oleh : Diana Agustia

NPM : 203402516182

Tugas Akhir di bawah bimbingan Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image*, *Life Style* dan *Trend Fashion* terhadap Keputusan Pembelian Kemeja Executive di Pondok Indah Mall Jakarta Selatan. Data penelitian ini menggunakan data primer dengan bentuk penyebaran kuesioner terhadap 100 Responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan diolah menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) Versi 23. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), *Life Style* (X_2) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan *Trend Fashion* (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kemeja Executive di Pondok Indah Mall Jakarta Selatan.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Life Style*, *Trend Fashion* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, LIFE STYLE AND FASHION TRENDS OF THE PURCHASE DECISION OF EXECUTIVE SHIRT IN PONDOK INDAH MALL SOUTH JAKARTA

By :

Diana Agustia

NPM : 203402516182

The final assignment under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

This study aims to determine and analyze the effect of Brand Image, Life Style and Fashion Trend on Purchasing Decisions for Executive Shirts at Pondok Indah Mall, South Jakarta. This research data uses primary data in the form of distributing questionnaires to 100 respondents using purposive sampling method. The data analysis technique uses inferential analysis with multiple linear regression and is processed using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) Version 23 program. The results showed that the Brand Image variable (X1) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y), Life Style (X2) does not have a significant effect on Purchasing Decisions (Y), and Fashion Trend (X3) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) Executive Shirts at Pondok Indah Mall South Jakarta.

Keywords: *Brand Image, Life Style, Fashion Trend and Purchasing Decisions*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Diana Agustia
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 17 Juni 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jalan Bahari Raya No.44B RT 009/RW
007
Cilandak Gandaria Selatan Jakarta
Selatan DKI Jakarta 12420
Telpon/HP : 081296975919
Email : dianaagustia455@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2008-2014 : SDN Gandaria Selatan 02 Petang
2014-2017 : SMPN 240 Jakarta
2017-2020 : SMKN 28 Jakarta
2020-2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 15 Februari 2024



Diana Agustia
NPM : 203402516182

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan Mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE, LIFE STYLE DAN TREND FASHION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA EXECUTIVE DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN”**. Tujuan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu kewajiban mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dengan selesainya penyusunan skripsi, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu dalam proses pengerjaan skripsi dan pendidikan, Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti Hardini SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia untuk membantu serta menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, motivasi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengabdikan dan memberikan ilmu

pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Kepada diri sendiri mampu bertahan dari setiap kegagalan, mampu kuat berjuang melewati suka maupun duka kehidupan.
8. Kepada Papa tercinta Moh Hanif dan Mama tercinta Wartinah yang sudah berjuang berusaha mengorbankan segalanya untuk saya dari lahir hingga detik ini selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi, memberikan support, cinta, dukungan finansial dan memberikan kasih sayang yang tiada hentinya yang terus menerus diberikan dari lahir hingga menempuh pendidikan S1 Manajemen di Universitas Nasional hingga selesai.
9. Untuk kakak penulis, Heryanto yang senantiasa memberikan motivasi dan selalu mendoakan hingga tugas akhir ini terselesaikan.
10. Untuk sahabat penulis Anisa Maulida Ali dan Bella Ismu Safira yang telah mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan support dan motivasi kepada penulis yang tiada hentinya.
11. Untuk Group seperjuangan, Aulovers dari semester pertama hingga semester akhir yang sudah solidaritas yang kuat.
12. Untuk teman seperjuangan saya, Fadilla Nur Azzizah dan Rahmadiva Aprillia Putri, yang telah senantiasa bersemangat mengerjakan skripsi bersama-sama dan senantiasa memberikan dukungan selama mengerjakan tugas akhir ini.
13. Untuk sahabat penulis sedari kecil Febriyanti yang sudah membagikan support, motivasi serta semangat pada penulis.
14. Untuk teman seangkatan manajemen 2020 yang telah berbagi pengalaman dan ilmu pengetahuan selama perkuliahan

Penulis memahami bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun komposisi. Sebaliknya, saran dan kritik

sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 15 Februari 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Diana Agustia".

Diana Agustia

NPM : 203402516182

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL DEPAN (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang Masalah	2
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
2. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	9
3. <i>Life Style</i> (Gaya Hidup)	11
5. <i>Trend Fashion</i>	15
6. Keputusan Pembelian	17
B. Keterkaitan Antara Variabel	20

1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	20
2. Pengaruh <i>Life Style</i> Terhadap Keputusan Pembelian	20
3. Pengaruh <i>Trend Fashion</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	21
D. Kerangka Analisis	25
E. Hipotesis	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Objek Penelitian	27
B. Data Penelitian.....	27
1. Sumber Data dan Jenis Data	27
2. Populasi dan Sampel.....	27
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	29
C. Definisi Operasional Variabel	30
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	31
1. Metode Analisis.....	31
2. Uji Hipotesis (Uji t)	36
BAB IV.....	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian.....	37
1.Deskriptif Data Penelitian.....	37
2.Deskriptif Karakteristik Responden.....	39
3.Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	44
B. Pembahasan	58
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan.....	62

B. Saran62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index	2
Tabel 1.2 Data Penjualan 3 Bulan Terakhir Executive PIM Tahun 2023.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sesuai Rujukan Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Instrument Skala Likert.....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Usia.....	41
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pendapatan.....	43
Tabel 4.5 Instrument Skala Likert.....	44
Tabel 4.6 Rata - Rata Total Skor Mean Brand Image (X_1).....	45
Tabel 4.7 Rata - Rata Total Skor Mean Life Style (X_2).....	46
Tabel 4.8 Rata - Rata Total Skor Mean Trend Fashion (X_3)	47
Tabel 4.9 Rata - Rata Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4.10 Uji Validitas	49
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.17 Uji F	55
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi R^2	56
Tabel 4.19 Uji t	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	25
Gambar 4.1 Produk Kemeja Executive	38
Gambar 4.2 Logo Executive	38
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	43

