

**Pengaruh *Life Style*, *Influencer Marketing* , dan *Product Design*
terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger**

(Studi Pada Konsumen Produk Eiger di Eiger Adventure Store)

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN

MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



Disusun Oleh :

Kiki Zakiyah

2019.69.10.0004

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Lifestyle, Influencer Marketing, dan Product Design* terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi pada Konsumen Produk Eiger di Eiger Adventure Store)

Disusun oleh : Kiki Zakiyah

NIM : 201969100004

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Pasuruan,

Menyetujui

Kaprodi,



Nur Ajizah S.Sos, M.AB
NIK.Y. 069.15.02001

Pembimbing,

Drs. Eko Agus Alfianto., M.AB
NIK.Y. 069.04.03012

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHATA
PASURUAN PADA:

HARI : Selasa
TANGGAL : 08 Agustus 2023
JAM : 10:00
JUDUL : Pengaruh *Lifestyle*, *Influencer Marketing*, dan *Product Design* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi pada Konsumen Produk Eiger di Eiger Adventure Store)

DINYATAKAN LULUS

Majelis Penguji

DOSEN PENGUJI 1



Dr. Any Uswatul Wusko S, Sos, M,AB

NIP.Y. 0691.11.03.037

DOSEN PENGUJI 2



M. Sulhan S. Sos, M,AB

NIP.Y. 069.10.00.039

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Politik



Dr. Any Uswatul Wusko S, Sos, M,AB

NIP.Y. 0691.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kiki Zakiyah

NIM : 201969100004

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 08 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Kiki Zakiyah

MOTTO

**“Tidak Ada Impian Yang Mustahil Terwujud,
Selama Kamu Masih Malibatkan Allah Dalam Setiap
Proses Dan Sujudmu”**

**“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu
adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir.
Mencari ilmu adalah jihad.”**

– Abu Hamid Al Ghazali–

**"Rahasia kebahagiaan itu ada dalam 3 hal:
Bersabar, bersyukur, dan ikhlas."**

HALAMAN PERSEMBAHAN

**SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA KEDUA ORANG TUA
TERCINTA, KELUARGA, SERTA SEMUA PIHAK YANG TELAH
MENDUKUNG SAYA.
DAN JUGA SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK DIRI SAYA SENDIRI YANG
SUDAH BERJUANG SAMPAI SAAT INI.**

ABSTRAK

Kiki Zakiyah. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. Juni 2023. Pengaruh *Lifestyle, Influencer Marketing, dan Product Design* terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi pada Konsumen Produk Eiger di Eiger Adventure Store).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk Eiger (2) pengaruh *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian produk Eiger (3) pengaruh *product design* terhadap keputusan pembelian produk Eiger (4) pengaruh *lifestyle, influencer marketing, dan product design* terhadap keputusan pembelian produk Eiger.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan dilakukan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Non probability sampling* dengan *Teknik purposive* sampling dengan populasi sebanyak 100 responden. Dengan kriteria: (1) pengguna produk Eiger (2) konsumen berusia 17 tahun keatas (3) konsumen yang sudah membeli produk Eiger di *outlet* Eiger Soekarno Hatta Malang. Sedangkan Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat analisis perhitungan menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel *lifestyle, influencer dan product design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia 17 tahun keatas dan telah melakukan pembelian product Eiger di Outlet Eiger Soekarno Hatta Malang.

Kata Kunci: *Lifestyle, Influencer Marketing, Product Design, Keputusan Pembelian*

SUMMARY

Kiki Zakiyah. Yudharta Pasuruan University Business Administration Study Program. June 2023. The Influence of Lifestyle, Influencer Marketing, and Product Design on Eiger Product Purchase Decisions (Study on Consumers of Eiger Products at Eiger Adventure Store).

The purpose of this study was to analyze: (1) the influence of lifestyle on purchasing decisions for Eiger products (2) the influence of influencer marketing on purchasing decisions for Eiger products (3) the influence of product design on purchasing decisions for Eiger products (4) the influence of lifestyle, influencer marketing, and product design on purchasing decisions of Eiger products.

This type of research conducted by this researcher is associative research using a quantitative approach. The sampling technique was carried out using a non-probability sampling technique with a purposive sampling technique with a population of 100 respondents. With the following criteria: (1) users of Eiger products (2) consumers aged 17 years and over (3) consumers who have purchased Eiger products at Eiger outlets Soekarno Hatta Malang. While the analysis technique used is multiple linear regression analysis with SPSS 22 calculation analysis tool.

The results of this study indicate that: the lifestyle, influencer and product design variables have a positive and significant effect on the decision to purchase Eiger products for men and women aged 17 years and over and have purchased Eiger products at the Eiger Outlet Soekarno Hatta Malang.

Keywords: Lifestyle, Influencer Marketing, Product Design, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lifestyle, Influencer, dan Product Design terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger”**. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas Yudharta Pasuruan. Dalam proses penyusunan dan pendalaman materi pada skripsi ini, tentunya penulis mendapatkan bimbingan arahan, koreksi dan saran yang sangat berharga bagi penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Romo K.H.M Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Pondok Pesantren Ngalah sekaligus guru besar terhebat atas segala nasihat yang telah diberikan.
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, S.E M.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Kepala Kaprodi Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Drs. Eko Agus Alfianto, M.AB selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

6. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah mem berikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ayah dan mama tercinta sekaligus keluarga besar, penulis ucapkan terimakasih atas segala dukungan yang selama ini diberikan selama menuntut ilmu. Yang menjadi sumber kekuatan terbesar sekaligus motivasi penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan menjadi kebanggan orang tua dan keluarga.
8. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2019 yang sampai sekarang masih banyak membantu dan selalu kebersamai dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhir kata kami ucapkan banyak terima kasih semoga laporan ini bisa bermanfaat. Aamiin.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI | Error! Bookmark not defined. |
| TANDA PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGATAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.4 Manfaat..... | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 15 |
| 2.1 Kajian Teoritik | 15 |
| 2.2 Pengaruh Hubungan Antar Variabel | 30 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian atau Kerangka Pemikiran | 34 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu..... | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 46 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 46 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 47 |
| 3.3 Variabel dan Pengukuran | 47 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 51 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 53 |
| 3.6 Teknik Analisis..... | 54 |
| 3.7 Uji Instrumen..... | 55 |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik | 57 |
| 3.9 Uji Analisis Data | 59 |
| 3.10 Uji Hipotesis..... | 61 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 64 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 110 |
| DAFTAR PUSTAKA | 113 |
| LAMPIRAN..... | 116 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Jumlah Followers Instagram Influencer Eiger | 7 |
| Gambar 1. 2 Fiersa Besari Sebagai Bintang Iklan Produk Eiger | 8 |
| Gambar 1. 3 Brand Favorid dan Mendunia..... | 10 |
| | |
| Gambar 2. 1 Model Proses Pengambilan Keputusan | 28 |
| Gambar 2. 2 Model Hipotesis Penulis..... | 34 |
| Gambar 2. 3 Kerangka Hipotesis Penelitian Lisnawati, dkk (2018)..... | 36 |
| Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian Kurniawan, dkk (2019)..... | 36 |
| Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian Dahmiri, dkk (2020) | 37 |
| Gambar 2. 6 Kerangka Penelitian Cindi, dkk (2021)..... | 38 |
| Gambar 2. 7 Kerangka Penelitian Arti, dkk (2021) | 38 |
| Gambar 2. 8 Kerangka Penelitian Gilang, dkk (2020)..... | 39 |
| Gambar 2. 9 Kerangka Penelitian Khoeru, dkk (2020)..... | 40 |
| Gambar 2. 10 Kerangka Penelitian Arif (2019)..... | 41 |
| Gambar 2. 11 Kerangka Penelitian Setyarko (2016)..... | 42 |
| Gambar 2. 12 Kerangka Penelitian Lestari, dkk (2018)..... | 42 |
| | |
| Gambar 3. 1 Rumus Uji Persial..... | 62 |
| | |
| Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Outlet Eiger Malang | 66 |
| Gambar 4. 2 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas | 90 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Mapping Penelitian Terdahulu..... | 43 |
| Tabel 3. 1 Indikator Lifestyle..... | 48 |
| Tabel 3. 2 Indikator Influencer Marketing..... | 49 |
| Tabel 3. 3 Indikator Product Design..... | 49 |
| Tabel 3. 4 Indikator Keputusan Pembelian..... | 50 |
| Tabel 3. 5 Tabel Skala Likert..... | 51 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan pengguna produk Eiger..... | 67 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja Produk Fashion Eiger Di Outlet Malang Soehat..... | 68 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis produk Eiger yang pernah dibeli..... | 69 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan usia..... | 70 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 71 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan..... | 72 |
| Tabel 4. 7 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan..... | 73 |
| Tabel 4. 8 Karakteristik responden berdasarkan sarana pembelian konsumen terhadap outlet Eiger Soekarno Hatta Malang..... | 74 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas..... | 75 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas..... | 76 |
| Tabel 4. 11 Diskripsi frekuensi jawaban responden pada variabel Lifestyle..... | 77 |
| Tabel 4. 12 Distribusi frekuensi jawaban responden variabel Influencer Marketing..... | 80 |
| Tabel 4. 13 Distribusi frekuensi jawaban responden variabel Product Design..... | 82 |
| Tabel 4. 14 Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian..... | 85 |
| Tabel 4. 15 Hasil Kolmogorov Uji Normalitas..... | 88 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolonieritas..... | 89 |
| Tabel 4. 17 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda..... | 91 |
| Tabel 4. 18 Hasil Koefisiensi Determinasi (R^2)..... | 94 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji T (Persial)..... | 95 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji F (Simultan)..... | 97 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 116 |
| Lampiran 2. Tabel Frekuensi | 121 |
| Lampiran 3. Hasil Uji Validitas | 128 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas | 131 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi | 134 |
| Lampiran 6. Hasil Analisis Linier Berganda..... | 136 |
| Lampiran 7. Uji Hipotesis | 137 |