

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Pada *Brand* UNIQLO di Pondok Indah Mall)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister  
Manajemen**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Tika Aldyah  
2221021038**


**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE,  
JAKARTA  
TAHUN 2024**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Tika Aldyah**

**NIM : 2221021038**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : Jakarta, 15 November 2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Tika Aldyah

NIM : 2221021038

Program Studi : Magister Manajemen


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,  
dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian  
(Studi Kasus Pada Brand UNIQLO di  
Pondok Indah Mall)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. ()

Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, SE., MSc., MBA., PhD (  
Muchsin)

Penguji II : Dr. Jerry Heikal, ST, MM ()

Ditetapkan di : Jakarta,

Tanggal : 09 Januari 2025

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, rasa terimakasih yang sangat mendalam untuk kedua orang tua yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi selama proses perkuliahan.
2. Arif Suharko, Ph.D, selaku Koordinator Program Study Magister Manajemen memfasilitasi peneliti selama menimba ilmu di Magister Manajemen Universitas Bakrie;
3. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing tesis peneliti. Terima kasih atas bimbingan dan bantuan yang tidak ternilai. Semoga Ibu dan keluarga selalu diberikan kesehatan dan limpahan nikmat serta rizki dari Allah s.w.t;
4. Muchsin Saggaf Shihab, SE., MSc., MBA., PhD selaku Penguji I. Terima kasih atas ilmu dan masukan yang diberikan. Semoga ilmu ini menjadi ilmu yang bermanfaat bagi peneliti;
5. Dr. Jerry Heikal, ST, MM selaku Penguji II. Terima kasih atas ilmu dan masukan yang diberikan. Semoga ilmu ini menjadi ilmu yang bermanfaat bagi peneliti;
6. Sahabat-sahabat terbaik Program Magister Manajemen Batch 19, sukses buat kalian semua, semoga persahabatan kita selalu terjalin selamanya.
7. Seluruh dosen Magister Management Universitas Bakrie yang telah banyak mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat semasa perkuliahan.

Penulis berharap apa yang penulis tulis dalam penulisan skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukan serta penulis menyadari bahwa masih jauh dari kesempurnaan sehingga kiranya ada kekurangan-kekurangan yang ada harap dimaklumi dan segala kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Jakarta, 15 November 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tika Aldyah', is centered on the page. The signature is fluid and cursive.

Tika Aldyah

(NIM. 2221021038)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tika Aldyah  
NIM : 2221021038  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenis Tesis : Hasil Penelitian

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian**

#### **(Studi Kasus Pada *Brand* UNIQLO di Pondok Indah Mall)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 November 2024

Yang menyatakan,



Tika Aldyah

(NIM. 2221021038)

**Pengaruh Kualitas, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian**

**(Studi Kasus Pada Brand UNIQLO di Pondok Indah Mall)**

**Tika Aldyah**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, dengan menggunakan merek UNIQLO di Pondok Indah Mall sebagai studi kasus. Penelitian ini berfokus pada penentuan signifikansi variabel-variabel tersebut dalam perilaku pembelian konsumen. Sampel penelitian ini dipilih melalui purposive sampling, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang didistribusikan kepada pelanggan UNIQLO. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak *Smart-PLS 4.0* untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa konsumen yang menyesuaikan gaya hidup mereka dengan produk lebih cenderung melakukan pembelian. Namun, kualitas produk dan persepsi harga tidak secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Kesimpulan ini mengungkapkan bahwa konsumen memprioritaskan kompatibilitas gaya hidup daripada faktor pengambilan keputusan tradisional lainnya seperti kualitas atau harga. Penelitian ini memberikan wawasan berharga untuk strategi pemasaran dengan menekankan pentingnya menyesuaikan penawaran produk dengan gaya hidup konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian. Temuan ini juga menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi faktor potensial lain yang dapat memengaruhi perilaku pembelian.

Kata Kunci: Kualitas, Persepsi Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

**The Influence Product Quality, Price, Lifestyle on Purchasing Decision  
(Case Study on UNIQLO Brand Pondok Indah Mall)**

**Tika Aldyah**

---

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the influence of product quality, price perception, and lifestyle on purchasing decisions, using the UNIQLO brand at Pondok Indah Mall as a case study. The research focuses on determining the significance of these variables in consumer purchasing behavior. The sample for this study was selected through purposive sampling, with data collected via a structured questionnaire distributed to UNIQLO customers. The collected data were analyzed using the Smart-PLS 4.0 software to test the proposed hypotheses. The results indicate that lifestyle significantly and positively affects purchasing decisions, suggesting that consumers who align their lifestyle with the product are more likely to purchase. However, product quality and price perception do not significantly impact purchasing decisions. This conclusion reveals that consumers prioritize lifestyle compatibility over other traditional decision-making factors like quality or price. This research provides valuable insights for marketing strategies by emphasizing the importance of aligning product offerings with consumers' lifestyles to boost purchasing decisions. The findings also suggest that further studies are needed to explore other potential factors that could influence purchasing behavior.*

*Keywords: Product Quality, Price, Lifestyle, Purchasing Decision*



**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan.....	8
1.3 Identifikasi Masalah .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II OBJEK PENELITIAN.....	10
2.1 Sejarah UNIQLO.....	10
2.2 Bisnis Model UNIQLO.....	11
BAB III DEFINISI KONSEP, TELAHAH TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....	18
3.1 Definisi Konsep.....	18
3.2 Telaah Teori.....	20
3.2.1 Kualitas Produk.....	20
3.2.2 Dimensi Kualitas Produk .....	21
3.2.3 Indikator Kualitas Produk .....	23
3.2.4 Persepsi Harga .....	24
3.2.5 Dimensi Persepsi Harga .....	24
3.2.6 Indikator Persepsi Harga.....	25
3.2.7 Gaya Hidup.....	26
3.2.8 Dimensi Gaya Hidup .....	27
3.2.9 Indikator Gaya Hidup .....	28

3.2.10	Keputusan Pembelian .....	29
3.2.11	Dimensi Keputusan Pembelian .....	29
3.2.12	Indikator Keputusan Pembelian .....	30
3.3	Penelitian Terdahulu .....	31
3.4	Kerangka Berpikir .....	49
3.5	Hipotesa .....	49
BAB IV METODOLOGI OBYEK STUDI, METODE YANG DIUNAKAN, TEKNIK SAMPLING, OPERASIONALISASI VARIABLE, TEKNIK ANALISIS, INSTRUMENT.....		50
4.1	Obyek Studi .....	50
4.2	Metode yang Digunakan .....	50
4.3	Teknik Sampling .....	51
4.4	Operasionalisasi Variabel .....	52
4.5	Instrument.....	58
4.5.1	Analisis Deskriptif.....	58
4.5.2	Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Square (PLS) .....	58
4.5.3	Outer Model .....	58
4.5.4	Inner Model.....	59
4.6	Uji Hipotesis.....	61
BAB V HASIL, PEMBAHASAN, DAN PREDIKSI.....		62
5.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	62
5.1.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	62
5.1.2	Karakteristik Responden Wilayah Tempat Tinggal.....	63
5.1.3	Karakteristik Responden Usia .....	64
5.1.4	Karakteristik Responden Pekerjaan .....	65
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	65
5.2.1	Penelitian terhadap variabel Kualitas Produk.....	66
5.2.2	Penelitian terhadap variabel Persepsi Harga .....	67
5.2.3	Penelitian terhadap variabel Gaya Hidup .....	69
5.2.4	Penelitian terhadap variabel Keputusan Pembelian .....	70
5.3	Outer Model .....	72
5.3.1	Uji Validitas .....	73
5.3.2	<i>Discriminant Validity</i> .....	75
5.3.3	Composite Reliability .....	76
5.4	Inner Model.....	77

5.4.1	<i>R Square</i> .....	77
5.4.2	<i>Goodness of Fit (GoF) Model</i> .....	77
5.4.3	<i>F Square</i> .....	79
5.4.4	<i>Q Square</i> .....	79
5.4.5	Hasil Pengujian Hipotesis ( <i>Bootstrapping</i> ) .....	81
5.5	Pembahasan.....	83
5.6	Prediksi.....	85
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		87
6.1	Kesimpulan .....	87
6.2	Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....		89
DAFTAR LAMPIRAN.....		95

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Data Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia dan Jenis Kelamin (2022) ..... 2

Gambar 1. 2 Bagaimana Gen Z Mengonsumsi Fashion ..... 3

Gambar 1. 3 Data Produk yang Paling Banyak Dibeli di E-Commerce dan Toko Fisik..... 4

Gambar 1. 4 Produk Pakaian dengan Nilai Merek/Brand Value Terbesar Global . 5

Gambar 2. 1 Bisnis Model UNIQLO ..... 11

Gambar 2. 2 Group Company UNIQLO..... 13

Gambar 2. 3 Fashion Brand Dengan Penjualan Tertinggi ..... 17

Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran ..... 49

Gambar 4. 1 Semantic Differential Scale..... 52

Gambar 5. 1 Nilai Loading Factor Semua Variabel Dan Indikator ..... 72

Gambar 5. 2 Inner Model ..... 81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peringkat Industri Produsen dan Pengecer Pakaian Global Utama .....	5
Tabel 3. 1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 4. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel .....	52
Tabel 4. 2 Skala R Square .....	60
Tabel 4. 3 Skala F Square .....	60
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	63
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 5. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	66
Tabel 5. 6 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	68
Tabel 5. 7 Deskripsi Variabel Gaya Hidup .....	70
Tabel 5. 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 5. 9 Outer Loading .....	73
Tabel 5. 10 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading).....	75
Tabel 5. 11 Composite Reliability .....	76
Tabel 5. 12 Nilai R Square.....	77
Tabel 5. 13 Indeks Goodness of Fit (GOF).....	78
Tabel 5. 14 Uji Model Fit.....	78
Tabel 5. 15 Nilai F Square .....	79
Tabel 5. 16 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	82

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	95
Lampiran 2 Uji Validitas .....	102
Lampiran 3 Uji Reliabilitas .....	102
Lampiran 4 <i>R Square</i> .....	103
Lampiran 5 <i>Q Square</i> .....	103