

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *LIFESTYLE*  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN INFINIX  
(STUDI PADA KONSUMEN KOTA PALEMBANG)**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk mengambil gelar Sarjana  
Manajemen (S.M)  
Pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas  
Indo Global Mandiri**



**Disusun oleh:**

**Yopan Pratama**

**NPM. 2019510104**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN  
RISET DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS INDO  
GLOBAL MANDIRI FAKULTAS EKONOMI  
TAHUN 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Awareness dan Lifestyle Terhadap Minat  
Pembelian Infiix (Studi Pada Konsumen Kota Palembang)  
Nama : Yopan Pratama  
NPM : 2019510104  
Program Studi : Manajemen  
Pembimbing I : Roswaty, SE., M.SI  
Pembimbing II : Emilda, SE., M.BA., CFP  
Tanggal Ujian Skripsi : 31 Januari 2024

Palembang, 05 Februari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Roswaty, SE., M.SI  
NIDN. 0219096301

Pembimbing II,



Emilda, SE., M.BA., CFP  
NIDN. 0217058902

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc., CFP., AFA  
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi




Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP  
NIDN. 0204128602

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

**Judul Skripsi** : Pengaruh Brand Awareness dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Infix (Studi Pada Konsumen Kota Palembang)  
**Nama** : Yopan Pratama  
**NPM** : 2019510104  
**Program Studi** : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.


**Ketua Penguji** :   
**Roswaty, SE., M.SI**  
**NIDN. 0219096301**

**Penguji I** :   
**Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIR.,CLMA**  
**NIDN. 0201077302**

**Penguji II** :   
**Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc., CFP., AFA**  
**NIDN. 0213109401**

Disahkan Oleh,

**Ketua Program Studi Manajemen**


  
**Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA**  
**NIDN. 0213109401**


**Dekan Fakultas Ekonomi**

  
**Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP**  
**NIDN. 0204128602**

## LEMBAR REVISI

Nama : Yopan Pratama  
NPM : 2019510104  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Awareness dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Infix (Studi Pada Konsumen Kota Palembang)

Ketua Penguji :   
Roswaty, SE., M.Si  
NIDN : 0204128602

Penguji I :   
Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIR., CLMA  
NIDN. 0201077302

Penguji II :   
Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA  
NIDN : 0213109401

Palembang, 05 Februari 2024  
Ketua Program Studi Manajemen

  
Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA  
NIDN. 0213109401

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yopan Pratama  
NPM : 2019510104  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah penelitian saya.

Palembang, 13 Febuari 2024



Yopan Pratama

NPM: 2019510104

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness Dan lifestyle* Terhadap Minat Pembelian Konsumen Infinix (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIGM Palembang)”. Dalam penyusunan proposal skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Purnamasari, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Selaku Dosen Pembimbing Kesatu.
3. Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Roswaty, SE., M.SI selaku Dosen Pembimbing Satu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan proposal skripsi.
5. Emilda, SE., M.BA., CFP. selaku Dosen Pembimbing Dua. Terima kasih yang telah memberikan tenaga, waktu, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan skripsi saya hingga saya dinyatakan lulus.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Orang tuaku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2019 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
10. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih

banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Januari 2024

Penyusun

Yopan Pratama

2019510104

## ABSTRAK

**Pengertian** : *Brand awareness* yang tinggi akan memunculkan kembali dari ingatan dan dijadikan pilihan alternatif dalam pengambilan keputusan pembelian. *Lifestyle* adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Keputusan pembelian tidak lepas hubungannya dengan tingkat keterlibatan konsumen. **Tujuan** : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh brand awareness dan lifestyle terhadap minat pembelian konsumen infinix (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIGM Palembang). **Jenis** : jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. **Populasi** : sampel yang digunakan berjumlah 267 orang yang didapat dari rumus slovin. Pernyataan yang peneliti ajukan kepada responden sebanyak 36 pernyataan. **Hasil** : Hasil penelitian menunjukkan (1) secara parsial Brand Awareness berpengaruh dan signifikan terhadap minat pembelian produk infinix, (2) Lifestyle secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk infinix dan (3) Brand awareness dan Lifestyle secara Bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk infinix. Pengaruh Brand Awareness dan Lifestyle terhadap minat pembelian produk infinix sebesar 58,2%. **Saran** : Penelitian selanjutnya agar dapat memasukkan atau menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat pembelian produk infinix yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci**: *Brand awareness, Lifestyle, Minat Pembelian, Produk Infinix.*



## ABSTRACT

**Definition:** High brand awareness will bring back memories and be used as an alternative choice when making purchasing decisions. Lifestyle is an individual's active adaptation to social conditions in order to fulfill the need to unite and socialize with other people. Purchasing decisions cannot be separated from the level of consumer involvement. **Objective:** This research aims to determine and analyze the influence of brand awareness and lifestyle on Infinix consumer purchasing interest (Case Study of UIGM Palembang Students). **Type:** the type of research used is quantitative. **Population:** the sample used was 267 people obtained from the Slovin formula. The statements that researchers asked respondents were 36 statements. **Results:** The research results show (1) Brand Awareness partially and significantly influences interest in purchasing Infinix products, (2) Lifestyle partially has a positive and significant influence on purchasing interest in Infinix products and (3) Brand awareness and Lifestyle simultaneously have a positive and significant influence on interest in purchasing Infinix products. The influence of Brand Awareness and Lifestyle on interest in purchasing Infinix products is 58.2%. **Suggestion:** Further research can include or add other variables that influence purchase intention for Infinix products which were not examined in this research.

*Keywords: Brand awareness, Lifestyle, Purchase Interest, Infinix Products.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR REVISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>10</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	10
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.3.1 Manfaat Teoritis .....	17
1.3.2 Manfaat Praktis .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	18
2.1.4 Minat Pembelian .....	25
2.1.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian .....	26
2.1.4.2 Indikator Minat Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran .....	33
2.4 Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	35
3.2 Objek Penelitian .....	35

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.4 Batas Penelitian .....	36
3.4.1 Jenis Data .....	36
3.4.2 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Populasi dan Sampel.....	38
3.6.1 Populasi.....	38
3.6.2 Sampel.....	39
3.7 Teknik Analisis .....	39
3.7.1 Uji Instrumen.....	39
3.7.1.1 Uji Validitas.....	39
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.7.2.1 Uji Normalitas .....	40
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas.....	41
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.7.4 Uji Hipotesis .....	42
3.7.4.1 Uji Parsial (Uji t) .....	42
3.7.4.2 Uji Simultan (Uji F).....	42
3.7.4.3 Koefisien Korelasi (R).....	43
3.7.2.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
3.8 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	45
3.9 Pengukuran Variabel .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Karakteristik Responden .....	48
4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.1.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
4.1.1.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	50
4.1.2 Deskripsi Tanggapan Responden .....	51
4.1.3 Uji Instrumen .....	54
4.1.3.1 Uji Validitas.....	54
4.1.3.2 Uji Reliabilitas .....	58

4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.1.4.1	Uji Normalitas .....	58
4.1.4.2	Uji Multikolinearitas .....	60
4.1.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	61
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
4.1.6	Uji Hipotesis .....	64
4.1.6.1	Uji Parsial (Uji t).....	64
4.1.6.2	Uji Simultan (Uji F) .....	67
4.1.6.3	Koefisien Korelasi (R) .....	68
4.1.6.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
4.2	Pembahasan.....	69
4.2.1	Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Pembelian Produk Infinix Studi Pada Konsumen Kota Palembang .....	69
4.2.2	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Minat Pembelian Produk Infinix Studi Pada Konsumen Kota Palembang .....	71
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Minat Pembelian Produk Infinix Studi Pada Konsumen Kota Palembang .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>74</b>
5.1	Kesimpulan .....	74
5.2	Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Dimensi <i>Lifestyle</i> .....	14
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Likert.....	28
Tabel 3.2	Koefisien Korelasi (R) .....	35
Tabel 3.3	Variabel dan Indikator Penelitian.....	37
Tabel 3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 4.1	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.2	Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	51
Tabel 4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji F (Simultan) .....	59
Tabel 4.9	Koefisien Korelasi (R) .....	60
Tabel 4.10	Hasil Uji F (Simultan) .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna Smartphone Aktif Di Seluruh Dunia.....	4
Gambar 2.1	Enam Besar Vendor Smartphone Di Indonesia Kuartal ..... I-2023.....	6
Gambar 3.1	Kerangka Berpikir.....	23
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kartu Bimbingan.....	74
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 3	Hasil Jawaban Responden.....	76
Lampiran 4	Deskriptif Responden.....	84
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas.....	85
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas .....	94
Lampiran 7	Hasil Uji Normallitas.....	97
Lampiran 8	Hasil Uji Multikolinearitas Dan Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	98
Lampiran 9	Hasil Uji Linier Berganda.....	99

## **DAFTAR LAMPIRAN**