

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN HARGA SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI DI PT SEKAWAN KARYATAMA MANDIRI**

**SKRIPSI**

Oleh  
**ANNISA KUSUMA FIJRIATI**  
**NIM: G93219066**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN

Saya, Annisa Kusuma Fijriati, G93219066, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 22 November 2023



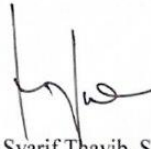
Annisa Kusuma Fijriati  
NIM. G93219066

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 22 November 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing I**



Dr. H. Syarif Thayib, S.Ag. M.Si

NIP. 197011161999031001

**Dosen Pembimbing II**



Muchammad Saifuddin, M.SM

NIP. 198603132019031011

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN HARGA SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI DI PT SEKAWAN KARYATAMA MANDIRI**

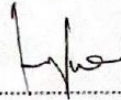
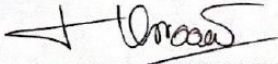


Oleh  
Annisa Kusuma Fijriati  
NIM: G93219066

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 4 Januari 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

**Susunan Dewan Penguji:**

1. Dr.H. Syarif Thayib, S.Ag. M.Si.  
NIP. 197011161999031001  
(Penguji 1)
2. Muchammad Saifuddin, M.SM  
NIP. 198603132019031011  
(Penguji 2)
3. Deasy Tantriana, M.M  
NIP. 198312282011012009  
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si. M.SM  
NIP. 199308172020122024  
(Penguji 4)

**Tanda Tangan:**

  
-----  
  
-----  
  
-----  
  
-----

Surabaya, 08 Januari 2024



De Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ANNISA KUSUMA FIJRIATI  
NIM : G93219066  
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN  
E-mail address : annisakusuma01@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

PENGARUH *LIFESTYLE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
DI PT SEKAWAN KARYATAMA MANDIRI

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Januari 2024

Penulis

(Annisa Kusuma Fijriati)

## ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi Di PT Sekawan Karyatama Mandiri” ini dilatar belakangi oleh adanya perubahan perilaku konsumen di era modern yang beralih melakukan aktivitas pembelian pintu garasi bukan hanya untuk keamanan kendaraan melainkan sebagai eksterior penambahan nilai sebuah tempat tinggal. Adanya perubahan perilaku tersebut tentunya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *lifestyle* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian apabila dimoderasi harga pada konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling* dengan total sampel sebanyak 235 responden. Data pada penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online dengan bantuan google form. Data yang terkumpul kemudian diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan *Moderate Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan program SPSS 26.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa *lifestyle* dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri, Sedangkan pada penelitian mendapatkan hasil bahwa harga tidak mampu memoderasi pengaruh *lifestyle* dan kualitas produk pada konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri.

Melihat pentingnya pengaruh *lifestyle* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen maka PT Sekawan Karyatama Mandiri diharapkan dapat terus melakukan inovasi terhadap produknya dengan mengikuti tren pintu garasi dan juga menambahkan divisi *quality control* untuk melakukan pengontrolan mulai proses produksi hingga pintu garasi siap dipasang sehingga kualitas produk tetap terjamin.

**Kata kunci : Lifestyle, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

The research entitled "The Influence of Lifestyle and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions with Price as a Moderating Variable at PT Sekawan Karyatama Mandiri" is motivated by changes in consumer behavior in the modern era who have shifted to purchasing garage doors not only for vehicle security but also as exteriors. adding value to a residence. This change in behavior will certainly influence consumer purchasing decisions. This research aims to determine the influence of lifestyle and product quality on purchasing decisions when moderated by price for PT Sekawan Karyatama Mandiri consumers.

The method used in this research is a quantitative method using primary data. The sampling technique used was a simple random sampling technique with a total sample of 235 respondents. The data in this research was obtained through distributing questionnaires online with the help of Google Form. The collected data was then tested using validity tests, reliability tests, hypothesis tests, and analyzed using multiple linear regression and Moderate Regression Analysis (MRA) with the help of the SPSS 26 program.

Based on the research results, it was found that lifestyle and product quality had a positive and significant influence on purchasing decisions for consumers of PT Sekawan Karyatama Mandiri. Meanwhile, research results showed that price was unable to moderate the influence of lifestyle and product quality on consumers of PT Sekawan Karyatama Mandiri.

Based on the importance of the influence of lifestyle and product quality on consumer purchasing decisions, PT Sekawan Karyatama Mandiri is expected to continue to innovate its products by following garage door trends and also adding a quality control division to control the production process until the garage door is ready to be installed so that product quality remains guaranteed. .

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

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
<b>BAB II</b>	<b>12</b>
<b>LANDASAN TEORI</b>	<b>12</b>
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Tujuan Pemasaran	12
2.1.3 Manajemen Pemasaran	13
2.1.4 Bauran Pemasaran	13
2.2 <i>Lifestyle</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	15
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	15

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>



2.2.3	Indikator <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	16
2.3	Kualitas Produk	17
2.3.1	Pengertian Kualitas Produk	17
2.3.2	Indikator Kualitas Produk	18
2.4	Keputusan Pembelian	18
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
<b>2.4.3</b>	<b>Indikator Keputusan Pembelian</b>	22
2.5	Harga	23
2.5.1	Pengertian Harga	23
2.5.2	Fungsi Harga	24
2.5.3	Tujuan Penetapan Harga	24
2.5.4	Indikator Harga	25
2.6	Penelitian Terdahulu	26
2.7	Kerangka Konseptual	31
2.8	Hipotesis	32
<b>BAB III</b>		<b>36</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>		<b>36</b>
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Sasaran, Waktu dan Lokasi Penelitian	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel	36
3.2.3	Teknik Sampling	37
3.3	Definisi Operasional	38
3.4	Jenis dan Sumber Data	40
3.4.1	Jenis Data	40
3.4.2	Sumber Data	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.7	Pengujian Hipotesis	44
<b>BAB IV</b>		<b>47</b>

<b>HASIL PENELITIAN</b>	<b>47</b>
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	47
4.2 Karakteristik Responden	48
4.3 Analisis Data	50
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	52
4.3.4 Uji Hipotesis	55
4.3.5 Analisa Regresi Moderasi	58
4.4 Pembahasan	60
4.4.1 Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri	61
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri	63
4.4.3 Pengaruh <i>Lifestyle</i> dan Kualitas Produk Secara Bersama Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri	65
4.4.4 Harga Tidak Memoderasi Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri	66
4.4.5 Harga Tidak Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri	68
<b>BAB V</b>	<b>70</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN 1</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN 2</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN 3</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN 4</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perusahaan Pesaing PT Sekawan Karyatama Mandiri	2
Tabel 1. 2 Data Konsumen PT Sekawan Karyatama Mandiri Tahun 2019-2021	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Oerasional	38
Tabel 3. 2 Tabel Pengisian Kuesioner Skala Likert	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 2 Usia Responden	48
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	49
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden	49
Tabel 4. 5 Uji Validitas	51
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 7 Uji Normalitas	53
Tabel 4. 8 Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedasitas	54
Tabel 4. 10 Model Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 11 Uji Parsial	56
Tabel 4. 12 Uji Simultan	57
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi	57
Tabel 4. 14 Uji Parsial Moderasi	59
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi Moderasi	60
Tabel 4. 16 Presentase Jumlah Responden Pada Indikator <i>Lifestyle</i>	52
Tabel 4. 17 Presentase Jumlah Responden Pada Indikator Kualitas Produk	53
Tabel 4. 18 Presentase Jumlah Responden Pada Indikator Lifestyle dan Kualitas Produk	56
Tabel 4. 19 Presentase Jumlah Responden Pada Indikator Harga	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 List Model Dan Warna Pintu Garasi Pt Sekawan Karyatama Mandiri	3
Gambar 1. 2 Keunggulan Pintu Garasi	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4. 1 Produk Pintu Garasi PT Skawan Karyatama Mandiri	47

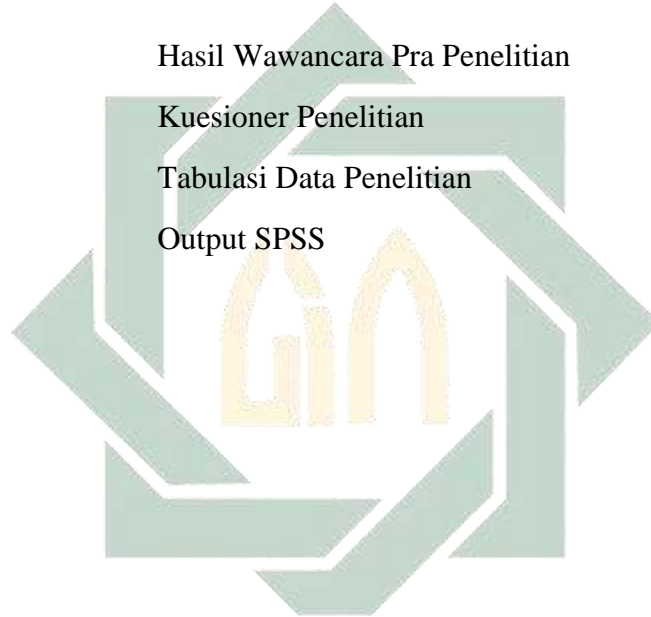


UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Wawancara Pra Penelitian
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Tabulasi Data Penelitian
Lampiran 4	Output SPSS



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & F. Tantri (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aglis, Andhita Hatmawan Slamet. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Depublish.
- Ainiyah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Pelanggan Minyak Goreng Merek Bimoli) SKRIPSI Oleh : Nurul Ainiyah.
- Aisah Asnawi, J. Huwae. (2020). Pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Ambon. *Jurnal Masohi*, 01(20), 1–7.
- Akkaya, M. (2021). Understanding the impacts of lifestyle segmentation & perceived value on brand purchase intention: An empirical study in different product categories. *European Research on Management and Business Economics*, 27(3), 100155. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100155>
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Arrosadi, H., & Achsa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 5(12), 165–174. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>
- BLKP (2019). Perbedaan Garasi dan Carport, diakses pada tanggal 02 Oktober 2022 dari (<https://blkp.co.id/blogs/detail/perbedaan-garasi-dan-carport>)
- Daryanto, 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Fatimah. (2020). Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi dan harga sebagai variabel moderasi pada konsumen beras organik merek botanik. *Digital Repository Universitas Jember*, September 2019, 2019–2022.  
<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>
- Ismailia, Y. (2018). Pengaruh gaya hidup syariah dan harga terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan muslimah aishaderm. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 107.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2017). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Han, H., & Ryu, K. (2019). The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in the Restaurant Industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33, 487-510. <https://doi.org/10.1177/1096348009344212>
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Halim, H., & Dinaroe. (2019). The Influence of Money Attitude, Lifestyle, and Personal Values on Purchase Decision of Exclusive Gadgets in Aceh. *Jurnal Of Intrepreneurship and Familyl Businnes*, Vol. 3 No.(1), 1–17.
- Herlina, Vivi. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- I M. R. P. Ari Yudha, N. Y. Y. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–3. <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kompasiana. (2022). “Pintu Garasi Menambah Nilai Hunian”, dalam <https://www.kompasiana.com/> diakses pada 02 Oktober 2022.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Laksana, Fajar. (2019). *Manajamen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Lestari, R., & Nurwulandari, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi penjualan, persepsi harga terhadap kepercayaan dan dampaknya pada keputusan pembelian di Qonita Property Depok. *Fair Value: Jurnal Ilmiah* ..., 4(4), 1929–1939. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1304%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1304/1400>
- Ma'rifa, A. (2021). Pengaruh Pendapatan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator. SKRIPSI oleh : Ainun Ma'rifa.
- Mursid, Mansur Chadi. (2016). *SPSS AMOS: Analisis Model Persamaan Struktural Pada Riset Internasional*. Khoirunnisa.
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 619–630. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.616>
- Pabrik Pintu Besi Grant (2017). Sekilas Tentang PT Sekawan Karyatama Mandiri, diakses pada <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>



tanggal 19 Oktober 2022 dari (<http://pabrikpintubesigrant.com>)

Purba, R., Siregar, A., & Damanik, S. W. H. (2022). the Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 1(2), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>

Purnama, N. I., & Rialdy, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 982–992. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/8424>

Pratiwi, A. L. (2017). Pengaruh Gaya hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk, terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 154.

Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>

Prayitno, Sunarto, dan Rudy Harjanto. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

Ramadhani, M., & Adat Sudrajat. (2022). The Effect of Product Quality on the Purchase Decision of Wardah Cosmetics in Karawang City. *Journal of Economics & Business*, 20(2), 31–48.

Rohwati, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating (Survei Pada Konsumen Pizza Hut Cabang Madiun). SKRIPSI Oleh : Ida Rohwati.

Said, M. Y. S. dan M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3).

Solimun, Nurjannah, Luthfatul Amaliana, dan Adji Achmad Rinaldo Fernandes. (2019). *Metode Statistika Multivariat*. Malang: UB Press.

Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Penerbit Kencana: Jakarta. <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

Siti Jubaidah, Intan Diane Binangkit dan Ikbal Ahmad. (2021). *Keputusan Pembelian Di CV. Giat Plat Pekanbaru. 1(1)*, 93–108.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Suryani, S., & Hendriyadi, H. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media.

Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. . . (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Effect of Marketing Mix on Consumer Decisions To Choose Cafes (Case Study on Blen.Co Café Manado Consumers). *379 Jurnal EMBA, 8(3)*, 379–388.

Sumarwan, Ujang. (2017). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Yogyakarta: PT Ghalia Indonesia.

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi.

Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi.

Verlymasari, Y. N. (2021). *Pengaruh Lifestyle dan Reference Grup Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Citra Merek Pada Konsumen Rokok Boy Di Kabupaten Trenggalek*.

Virya, K. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 3(5)*.

Yani, A. S., & Ngora, K. (2022). Influence of Product Quality & Promotion on Purchase Decision with Buying Interest as a Moderating Variable. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5(2)*, 14034–14046.