

**PENGARUH HARGA, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERHIASAN
EMAS OLEH MASYARAKAT KELURAHAN
KAMPUNG MANDAR KABUPATEN
BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Fatya Azzahrah

NIM : E20192117

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2023

**PENGARUH HARGA, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERHIASAN
EMAS OLEH MASYARAKAT KELURAHAN
KAMPUNG MANDAR KABUPATEN
BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Fatya Azzahrah

NIM : E20192117

Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 196808072000031001

**PENGARUH HARGA, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PERHIASAN
EMAS OLEH MASYARAKAT KELURAHAN
KAMPUNG MANDAR KABUPATEN
BANYUWANGI**

SKRIPSI


telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh Sarjana Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

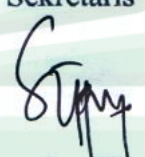
Hari : Jum'at
Tanggal : 31 Maret 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Dr. H. Saihan. M.Pd
NIP. 197202172005011001


Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M
NIP. 198509152019032005

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. ()
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

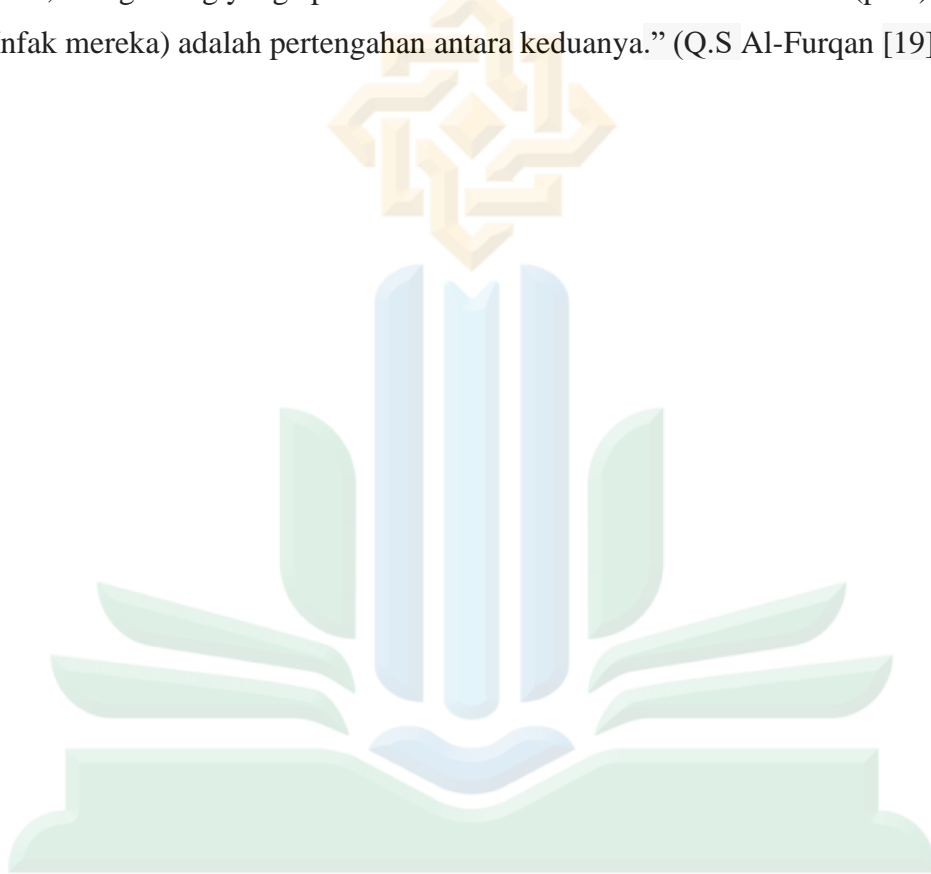



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 19680807200003001

MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.” (Q.S Al-Furqan [19]:67).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 11-20* (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 520.

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, pelaksanaan hingga penyelesaian penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S-1) dengan lancar. Meskipun skripsi ini jauh dari kata sempurna namun penulis sangat bersyukur sampai di titik ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Papa dan mama tercinta, Papa Fathurrahman dan Mama Jam'iyah. Terimakasih atas kasih sayang, motivasi, dan doa yang selalu diberikan kepada saya. Terimakasih selalu menjadi sosok orangtua yang menginspirasi saya untuk selalu menjadi kuat dalam menjalani lika-liku kehidupan ini. Semoga papa dan mama sehat selalu dan dalam perlindungan Allah SWT.
2. Kakakku dan Adikku, Kakak Fahmi Abdullah dan Adik Farah Aini Zafira yang saya sayangi. Terimakasih sudah menjadi saudara yang menyayangiku.
3. Keluarga besarku yang saya sayangi, semoga kelak saya bisa membahagiakan kalian.
4. Kepada sahabat saya Siti Humairah dan Umi Aminatus Zuhriyah yang telah membantu dan menemani saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Almamater yang aku banggakan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Selawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan kami yang telah menebarkan risalah kebenaran di muka bumi ini.

Skripsi ini berjudul, “Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi”, sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari menemukan banyak kesulitan dan halangan, namun atas ridha Allah SWT dan dukungan dari semua pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember.
4. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember.
5. Ibu Dr. Hersa Farida Qoriani, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember.
6. Segenap penguji yang telah berkenan untuk menguji skripsi ini.

7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Bapak Dwi Sasongko, S.Sos selaku lurah Kelurahan Kampung Mandar, Bapak Saiful Muniri S.Ap selaku sekretaris lurah Kelurahan Kampung Mandar, Bapak Slamet Hariyanto selaku ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pondok Layar Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi, Bapak Helmi Tri Suhadi selaku ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pantai Marina Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi, dan Bapak Samidi selaku sekretaris Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pantai Marina Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas semua bantuan dukungan dan doanya, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 11 November 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Penulis
J E M B E R

ABSTRAK

Fatya Azzahrah, Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. 2023: *Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.*

Kata Kunci: harga, pendapatan, gaya hidup, keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah tahap akhir dimana konsumen melakukan pembelian setelah melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pada tahap keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal yang dapat menyebabkan perbedaan dalam pengambilan keputusan tersebut.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi? 2) Apakah pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi? 3) Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi? 4) Apakah harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi. 2) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi. 3) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi. 4) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi. (2) Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi. (3) Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi. (4) Harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Variabel.....	8
a. Variabel Penelitian	8
b. Indikator Variabel.....	8
F. Definisi Operasional.....	10
G. Asumsi Penelitian	11
H. Hipotesis.....	12
I. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	27
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Populasi dan Sampel	42
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	44

D. Analisis Data.....	45
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Objek Penelitian	52
B. Penyajian Data	54
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	56
D. Pembahasan.....	84
BAB V PENUTUP.....	90
A. Simpulan	90
B. Saran-saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96
1. Matrik Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian Penulis	
3. Kuesioner Penelitian	
4. Surat Ijin Penelitian	
5. Surat Keterangan Selesai Bimbingan	
6. Jurnal Kegiatan Penelitian	
7. Dokumentasi Penelitian	
8. Data Hasil Angket	
9. Data Hasil SPSS 25	
10. Surat Lulus Turnitin	
11. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	
12. Biodata Penulis	

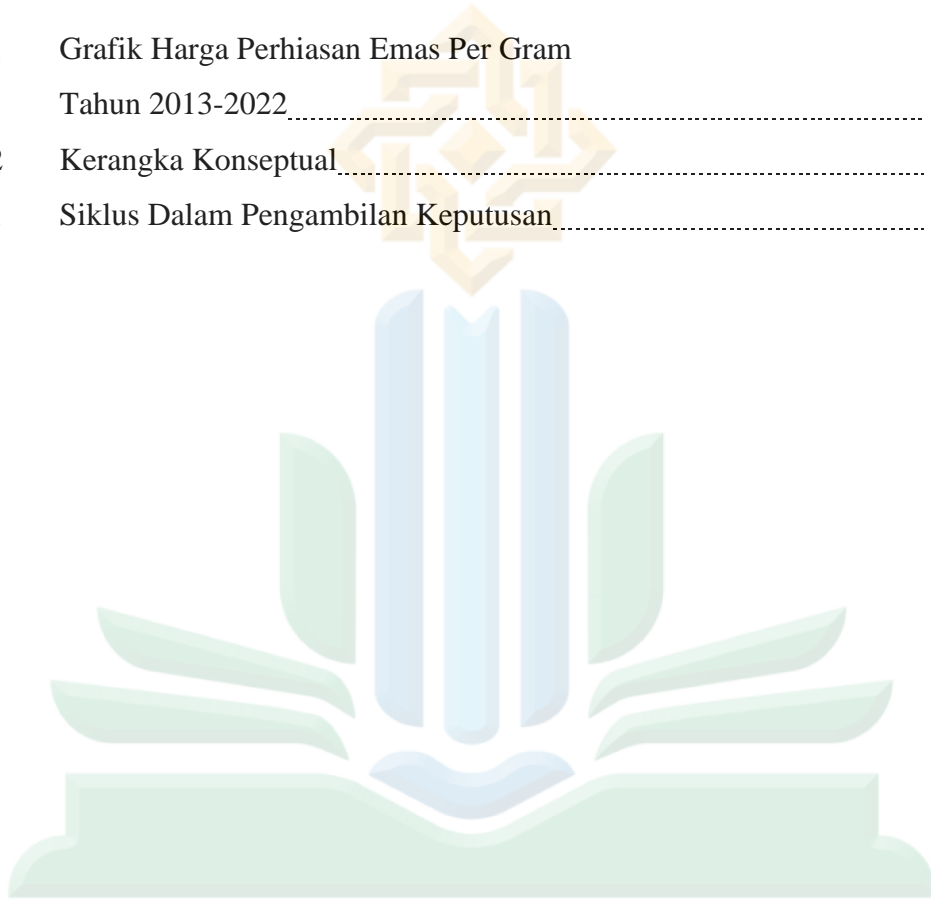
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1	Tabel Indikator.....	9
2.1	Tabel Tabulasi Penelitian Terdahulu.....	24
3.1	Data Istri Nelayan KUB Pondok Layar.....	42
3.2	Data Istri Nelayan KUB Pantai Marina.....	43
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.4	Hasil Uji Statistik Variabel Harga (X1).....	56
4.5	Hasil Uji Statistik Variabel Pendapatan (X2).....	61
4.6	Hasil Uji Statistik Variabel Gaya Hidup (X3).....	66
4.7	Hasil Uji Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	74
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Pengaruh Pendapatan (X2).....	75
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X3).....	75
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	76
4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	76
4.13	Hasil Uji Normalitas.....	77
4.14	Hasil Uji Multikolineritas.....	78
4.15	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	79
4.16	Hasil Uji t (parsial).....	80
4.17	Hasil Uji F (simultan).....	81
4.18	Uji Persamaan Regresi Linear Berganda.....	82
4.19	Uji Koefisien Determinasi.....	83

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
1.1	Grafik Harga Perhiasan Emas Per Gram Tahun 2013-2022.....	3
1.2	Kerangka Konseptual.....	11
2.1	Siklus Dalam Pengambilan Keputusan.....	39



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan zaman menimbulkan perubahan pada perilaku konsumen. Kotler dan Keller menyatakan perilaku konsumen adalah ilmu yang meneliti suatu kelompok terkait memilih, membeli, menggunakan, dan menyesuaikan suatu barang tersebut berdasarkan kebutuhannya. Perilaku konsumen ini memiliki pengaruh dalam perubahan pengertian kebutuhan manusia. Berdasarkan jenis kebutuhannya terbagi menjadi tiga, yaitu: kebutuhan dasar atau primer, kebutuhan pelengkap atau sekunder, dan kebutuhan pelengkap yang bersifat *prestise* atau tersier. Dalam golongan tersebut, kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang paling mewah dan hanya dimiliki oleh orang-orang tertentu. Namun saat ini, dapat diketahui bahwa kebutuhan tersier memiliki kedudukan yang sama dengan kebutuhan primer, misalnya perhiasan emas. Perhiasan emas tidak lagi seutuhnya menjadi barang tersier dikarenakan sebagian besar konsumen ingin memilikinya. Perhiasan emas adalah benda yang banyak disukai atau diminati oleh perempuan, dimana benda tersebut memiliki arti kesejahteraan. Perhiasan dapat berupa cincin, gelang, kalung, liontin, dan lain-lain.² Fungsi dari perhiasan emas yaitu: untuk mempercantik diri, sebagai mata uang, dan sebagai alat tukar transaksi. Selain itu konsumen membeli perhiasan ini dikarenakan memiliki nilai investasi, dimana dapat digunakan untuk menabung dan dapat dijual kembali ketika membutuhkannya. Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan menemukan banyak faktor dalam pengambilan keputusannya.

Kotler dan Amstrong menyatakan keputusan pembelian adalah tahapan kelima yaitu konsumen membeli suatu produk setelah melalui

digilib.uinkhas.² Nabila Afiyah Rahmania, "Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Wanita di Toko Emas Sumenep, Madura," dalam Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan, (2021), 652.

pertimbangan-pertimbangan tertentu.³ Dalam pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, misalnya: motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal, misalnya: budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam kelompok. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa keputusan pembelian ada lima tahapan, yaitu: *orientasi* / mengenali masalah, mencari informasi, mengevaluasi, pembelian, dan evaluasi setelah membeli produk.⁴

Kotler dan Keller menjelaskan harga adalah variabel yang tergolong dalam unsur *marketix mix* atau bauran pemasaran yang kemudian menghasilkan pendapatan. Harga juga dapat diartikan sebagai hasil nilai yang didapatkan dari kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli sehingga menghasilkan perbedaan penawaran dengan toko lainnya.⁵ Dalam pertimbangan tersebut, seseorang akan mencari produk yang manfaatnya senilai dengan harga yang akan dibayarkan. Oleh karena itu, setiap usaha memerlukan evaluasi terhadap penentuan harga produknya karena akan mempengaruhi volume penjualan.

Menurut Sudono Sukirno, pengertian pendapatan adalah faktor yang dapat mempengaruhi tingkat permintaan. Selain itu pendapatan seseorang juga akan mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya dalam membeli perhiasan emas. Hukum permintaan menyatakan bahwa permintaan berbanding lurus dengan pendapatan, yang artinya semakin tinggi pendapatan seseorang, maka permintaan terhadap barang atau jasa akan meningkat, dan sebaliknya apabila pendapatan seseorang rendah maka permintaan terhadap barang atau jasa akan menurun. Pernyataan hukum tersebut juga berlaku dalam pembelian perhiasan emas, yaitu ketika

³ Rudy Irwansyah, *Perilaku Konsumen*, et. al. (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 13.

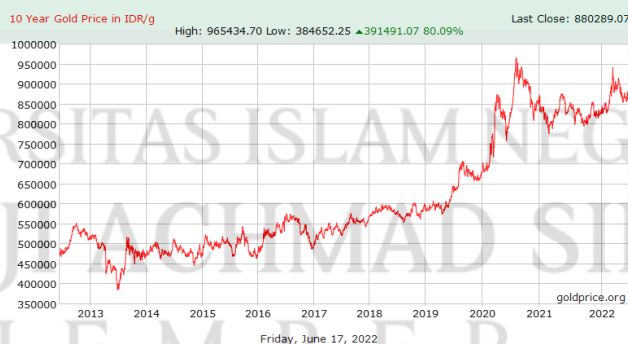
⁴ Bord Nandre Aprila dan Marnis, "Analisis Pengaruh *Lifestyle Marketing* Terhadap Keputusan dan Kepuasan Pembelian Perhiasan Emas Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* 12, no.1 (Januari: 2020): 48! digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵ Zulva Nur Fadillah, "Analisa Lokasi, Desain Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Emas Kausar Solo," *Edunomika* 3, no.2 et. al. (Agustus 2019): 264.

pendapatan seseorang meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan volume penjualan perhiasan emas. Hal ini serupa dengan pendapat I.B.N Purbwijaya dan I Ketut Saputra yaitu semakin tinggi pendapatan akan berpengaruh positif terhadap permintaan perhiasan emas. Seseorang yang memiliki taraf hidup yang baik akan membelanjakan sebagian pendapatannya dan sebagiannya akan dikelola dalam bentuk barang yang memiliki nilai tambah, misalnya perhiasan emas.⁶ Menurut Setyawan, permintaan terhadap emas terus meningkat meskipun harganya yang terus berubah bahkan cenderung naik.

Menurut Sutisna, gaya hidup diartikan sebagai penggambaran orang lain dalam menghabiskan uang, waktu, serta pertimbangan-pertimbangan yang dianggap penting bagi dirinya. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, misalnya: sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Sedangkan faktor eksternal, misalnya: kelompok referensi, kelompok rujukan, kelas sosial, dan kebudayaan. Dapat diketahui bahwa harga emas di Indonesia terus mengalami perubahan. Berikut grafiknya:

Gambar 1.1
Grafik Harga Perhiasan Emas Per Gram Tahun 2013-2022



Sumber: Gold Price

Gambar 1 menunjukkan bahwa harga emas terus mengalami perubahan dalam kurun waktu 10 tahun terakhir. Harga emas pada tahun 2013 senilai Rp 525.000 per gram, pada tahun 2014 senilai Rp 475.000 per

⁶ Nandre, *Analisis Pengaruh*, 42.

gram, pada tahun 2015 senilai Rp 500.000 per gram, pada tahun 2016 senilai Rp 475.000 per gram, pada tahun 2017 senilai 475.000 per gram, pada tahun 2018 senilai Rp 525.000 per gram, pada tahun 2019 senilai Rp 600.000 per gram, pada tahun 2020 senilai Rp 700.000 per gram, pada tahun 2021 senilai Rp 875.000 per gram, pada tahun 2022 senilai Rp 825.000 per gram.

Kampung Mandar adalah salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi. Kampung ini terkenal dengan penghasil ikan karena lokasinya yang berdekatan dengan pantai dan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai nelayan. Dalam pelaksanaannya nelayan memiliki komunitas yang disebut dengan Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang terbagi menjadi dua, yaitu Pondok Layar dan Pantai Marina. KUB Pondok Layar berdiri pada 26 Februari 2016 dengan ketua Bapak Slamet Hariyanto dan jumlah anggota sebanyak 36 nelayan. Sedangkan KUB Pantai Marina berdiri pada 15 Maret 2018 dengan ketua Bapak Helmi dan jumlah anggota 81 nelayan.

Dalam pelaksanaannya, masing-masing perahu milik KUB Pondok Layar menggunakan lampu dalam proses penangkapan ikan. Selain itu kapal tersebut memiliki jaring dalam penangkapannya. Sedangkan perahu milik KUB Pantai Marina menggunakan pancing dan jaring dalam penangkapannya. Perahu yang digunakan untuk melaut oleh kedua kelompok tersebut sudah dikatakan modern karena menggunakan mesin. Dalam proses melaut nelayan menentukan arahnya berdasarkan pengalaman atau menggunakan navigasi. Kedua kelompok ini memiliki perbedaan dalam mencari jenis ikan. Jenis ikan yang dihasilkan oleh KUB Pondok Layar yaitu: cumi, ikan lemuru, ikan tongkol, dan ikan teri. Sedangkan jenis ikan yang dihasilkan oleh KUB Pantai Marina yaitu ikan tongkol dan ikan kacang.

Musim panen ikan biasanya terjadi pada bulan September sampai bulan Mei, namun pada saat ini musim panen tersebut tidak dapat diprediksi

karena perubahan cuaca. Penghasilan yang didapatkan oleh nelayan ketika musim panen bisa mencapai 10 juta sampai 30 juta dalam satu kali melaut.⁷

Hasil panen ikan tersebut dijual kepada blantik. Dalam pelaksanaannya ada 8 blantik yang menerima hasil panen ikan tersebut. Blantik tersebut akan menjualnya ke pasar, menjual ecer atau apabila volume ikannya banyak tidak terjual maka akan dijual ke pabrik. Pabrik yang dimaksudkan disini adalah pabrik tepungan, pabrik asinan, dan pabrik *kastorit*. Hasil penangkapan ikan tersebut memiliki harga pasar yang berbeda, misalnya: ikan lemuru Rp 3.000/kg, cumi Rp 65.000/kg, dan ikan tongkol Rp 10.000/kg.⁸

Pada penelitian ini mengarah kepada istri nelayan yang berada di Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi tersebut. Istri nelayan tersebut selain sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) ada juga yang berprofesi sebagai pedagang ikan, buruh pabrik, buruh, guru, dan lain-lain. Selain itu mereka juga memiliki usaha sampingan seperti: memiliki warung sembako, menjual gorengan, dan lain-lain. Pendapatan yang dihasilkan mereka paling rendah Rp 500.000/ bulan dan paling tinggi bisa mencapai Rp 3.0000.000/ bulan bahkan lebih. Penghasilan sebagai nelayan yang hanya bergantung dari musim ikan menyebabkan kondisi keuangan mereka tidak menentu. Namun dengan bantuan istri nelayan yang bekerja dapat membantu perekonomian keluarga, misalnya dalam biaya anak sekolah dan biaya keperluan sehari-hari. Selain itu yang awalnya mereka tidak bisa menabung, saat ini mereka dapat memiliki tabungan, baik berupa uang maupun perhiasan.⁹

Fenomena menarik yang didapatkan oleh penulis adalah kebiasaan masyarakat (istri nelayan) membeli perhiasan emas disaat musim panen ikan. Mereka membelikan perhiasan emas setelah satu minggu atau pada

⁷ Slamet Hariyanto, Ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pondok Layar, diwawancarai oleh Fatya Azzahrah, Banyuwangi, 12 November 2022.

⁸ Hariyanto.

⁹ Eny dan Restiati, Istri nelayan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pondok Layar, diwawancarai oleh Fatya Azzahrah, Banyuwangi, 13 November 2022.

saat itu juga setelah mendapatkan pendapatan dari hasil panen ikan.¹⁰ Alasan masyarakat melakukan kebiasaan tersebut karena lebih menyukainya dalam bentuk perhiasan daripada menyimpannya dalam bentuk uang tunai. Selain itu masyarakat juga memiliki persepsi bahwa perhiasan melambangkan kesejahteraan. Perhiasan tersebut akan dijual kembali oleh masyarakat ketika mereka merasa penghasilannya kurang untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Alasan peneliti mengambil lokasi di Kelurahan Kampung Mandar karena ditemukannya fenomena menarik oleh peneliti dan cukup mewakili kriteria untuk dilakukan pengambilan *sampling*.

Berdasarkan penjabaran latar belakang, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?
2. Apakah pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?
4. Apakah harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?

¹⁰ Fitriyani dan Yanti, Istri nelayan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pantai Marina, diwawancarai oleh Fatya Azzahrah, Banyuwangi, 13 November 2022.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara simultan pengaruh harga, pendapatan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

D. Manfaat Penelitian

Berisikan beberapa sumbangsih yang dapat diberikan peneliti setelah melakukan penelitian, seperti:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian bisa memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan mengenai permasalahan ini. Selain itu diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

- 1) Diharapkan hasil penelitian bisa memberikan ilmu dan pengetahuan terkait keputusan pembelian.
- 2) Diharapkan hasil penelitian bisa membantu penyusunan karya tulis ilmiah.

- b. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
- 1) Diharapkan hasil penelitian bisa menjadi referensi kepustakaan bagi dosen maupun mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 - 2) Diharapkan hasil penelitian bisa memberikan tambahan informasi bagi dosen maupun mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

E. Ruang Lingkup Variabel

a. Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian merupakan substansi yang sifatnya bervariasi sehingga peneliti menentukan komponen yang akan dilakukan pengkajian untuk memperoleh kesimpulan.¹¹

Variabel dalam penelitian sebagai berikut:

1) Variabel Independen

Variabel independen merupakan komponen penelitian yang bisa mempengaruhi komponen penelitian lainnya atau dikatakan sebagai timbulnya perubahan komponen lainnya. Penelitian ini memiliki variabel independen seperti: harga, pendapatan, dan gaya hidup.

2) Variabel Dependen

Variabel dependen adalah komponen penelitian yang perubahannya disebabkan oleh variabel independen. Variabel ini juga dapat dikatakan variabel yang timbul akibat adanya variabel independen. Penelitian ini memiliki variabel dependen yaitu keputusan pembelian.¹²

b. Indikator Variabel

Setelah menentukan variabel yang menjadi sebab (independen) dan variabel yang menjadi akibat (dependen), maka peneliti

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

¹² Sugiyono, 39.

mencantumkan indikator variabel sebagai referensi dari variabel yang telah ditentukan tersebut.¹³ Berikut indikator variabel penelitian:

Tabel 1.1

Tabel Indikator

Judul	Variabel	Indikator
Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi	1. Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat ¹⁴
	2. Pendapatan (X2)	1. Pendapatan yang diterima perbulan 2. Pekerjaan 3. Anggaran biaya sekolah 4. Beban keluarga yang ditanggung ¹⁵
	3. Gaya Hidup (X3)	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini ¹⁶
	4. Keputusan Pembelian (Y)	1. Faktor Internal a. Motivasi b. Persepsi c. Pembelajaran d. Keyakinan dan Sikap 2. Faktor Eksternal a. Budaya b. Kelas sosial

¹³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2019), 39.

¹⁴ Supriadi Muslimin, "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam," *Jurnal of Islamic Economics* 2, no.3 et. al. (Januari, 2020): 3.

¹⁵ Darma Manalu dan Johanna Roshinta, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan," *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik* 2, no.2 (Desember 2021), 176.

¹⁶ Rifa Ulviani dan Tedi Pitri, "Pengaruh Persepsi, Konsep Diri, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perhiasan Di Toko Emas Pulau Indah," *Jurnal Mahasiswa Manajemen* 4, no.2 (Agustus, 2021), 6.

Judul	Variabel	Indikator
		c. Keanggotaan dalam suatu kelompok ¹⁷

F. Definisi Operasional

Definisi operasional diartikan sebagai pemahaman yang diperlukan dalam mengukur suatu variabel yang merujuk kepada indikator variabel.¹⁸ Berikut penjelasan definisi operasional penelitian:

a. Harga

Harga merupakan pengeluaran konsumen dalam kegiatan perekonomian yang bertujuan untuk memperoleh nilai barang yang diinginkan. Dalam hal tersebut, akan berkaitan dengan pencarian manfaat produk yang seimbang dengan pembayaran yang akan dilakukan.¹⁹

b. Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah harta yang dimiliki seseorang yang diperoleh dari kegiatan ekonomi dalam periode tertentu.²⁰ Pendapatan disini dapat berupa gaji, upah, kekayaan, dan tambahan nilai lainnya. Dalam hal ini pendapatan dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan penggambaran pandangan hidup dan pola pikir yang berkaitan tentang diri sendiri, lingkungan, serta mencerminkan status sosialnya.²¹

¹⁷ Yenni Arifah, *Keputusan Pembelian Produk* (Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 4.

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), 77.

¹⁹ Cindy Magdalena Gunasih, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang," *Productivity* 2, no.2, et. al. (2021): 70.

²⁰ Nandre, *Analisis Pengaruh*, 410. inkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²¹ Norbaiti, "Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander Pada PT Sumber Berlian Motors Banjarmasin," *Jurnal Spread* 8, no.1 (April, 2018): 53.

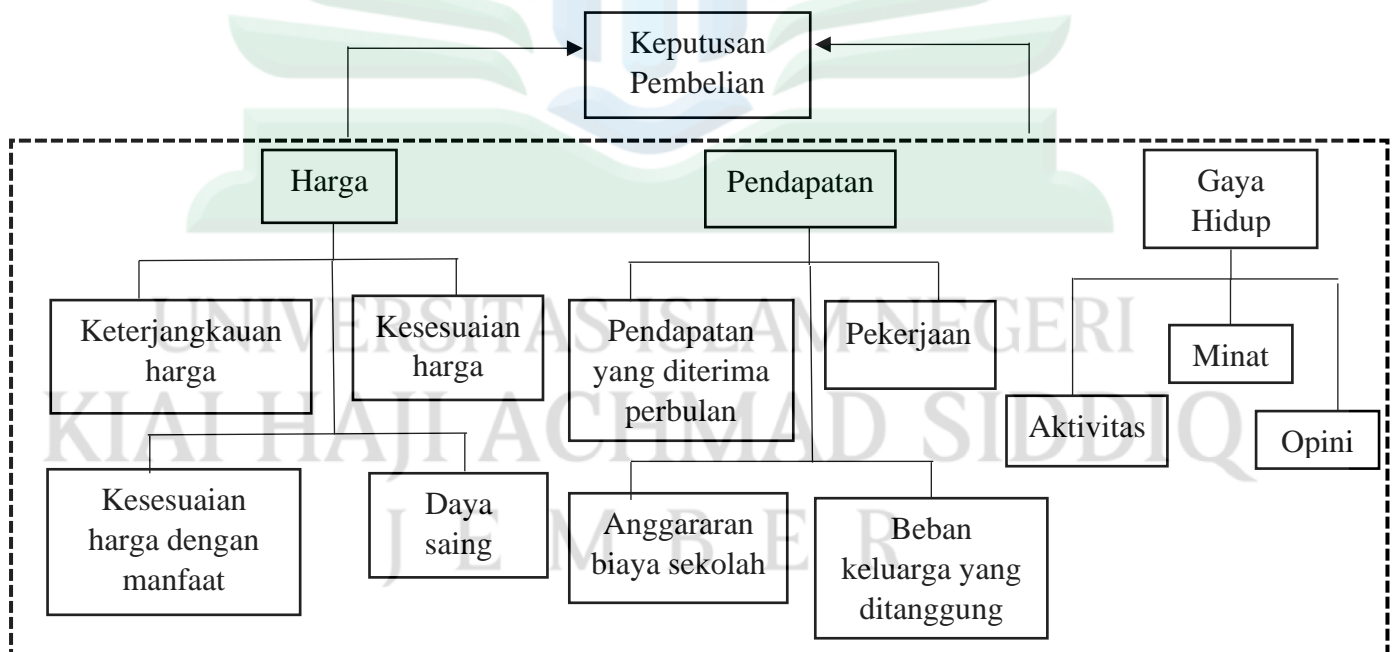
d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses tahapan kelima yaitu pembelian suatu produk baik berupa barang atau jasa untuk dikonsumsi sendiri setelah melalui beberapa tahapan sebelumnya.²²

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah kebenaran yang dapat diterima oleh peneliti sebagai tolak ukur dalam berpikir.²³ Asumsi juga sering disebut dengan dugaan dasar yang dirumuskan oleh peneliti sebelum mengumpulkan data. Adapun asumsi penelitian ini yaitu variabel harga, pendapatan, dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat digambarkan siklusnya dalam bentuk bagan di bawah ini:

Gambar 1.2
Kerangka Konseptual



Sumber: Ilustrasi Penulis, 2022

²² Nandre, *Analisis Pengaruh*, 47.

²³ Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 41.

Keterangan:

- ▶ : Pengaruh Simultan
 —————▶ : Pengaruh Parsial

H. Hipotesis

Menurut bahasa, hipotesis terdiri dari dua kata, pertama “*hypo*” yang memiliki arti “kurang dari”, kedua “*thesis*” yang memiliki arti “pendapat”. Sedangkan secara terminologi, hipotesis merupakan pendapat atau perkiraan awal peneliti yang bersifat sementara. Selain itu dapat diartikan sebagai kesimpulan awal yang teorinya masih perlu untuk diuji kebenarannya.²⁴ Adapun hipotesis penelitian dijelaskan sebagai berikut:

- a. H1 : variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
- b. H2 : variabel pendapatan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
- c. H3 : variabel gaya hidup berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
- d. H4 : variabel harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

I. Sistematika Pembahasan

Pada sistematika pembahasan ini menjelaskan rangkaian proses pengerjaan skripsi dimulai pembahasan pertama tentang pendahuluan dan pembahasan terakhirnya adalah penutup. Model penulisan pada sistematika

²⁴ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Penanda Media Group, 2014), 130.

pembahasan ini dengan cara mendeskripsikan, bukan halnya seperti penulisan pada daftar isi.²⁵ Berikut adalah sistematika pembahasan skripsi:

BAB I menjelaskan tentang pendahuluan yang dimulai dari pembahasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan pembahasan terakhir adalah asumsi penelitian.

BAB II menjelaskan tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III menjelaskan tentang metode penelitian yang dimulai dari pembahasan pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan pembahasan terakhir adalah analisis data.

BAB IV menjelaskan tentang penyajian data dan analisis yang dimulai dari pembahasan gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, dan pembahasan terakhir adalah pembahasan.

BAB V menjelaskan tentang penutup terdiri dari simpulan dan saran-saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

²⁵ Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 80.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

1. Risa Ardita, skripsi tahun 2019 yang berjudul “Analisis Pengaruh Produk Harga Dan Promosi Dalam Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung”.²⁶

Rumusan masalah penelitian: (1) Bagaimana pengaruh produk dalam Ekonomi Islam terhadap keputusan pembelian emas di PT Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung?; (2) Bagaimana pengaruh harga dalam Ekonomi Islam terhadap keputusan pembelian emas di PT Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung?; (3) Bagaimana pengaruh promosi dalam Ekonomi Islam terhadap keputusan pembelian emas di PT Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung?

Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh produk, harga, dan promosi dalam Ekonomi Islam terhadap keputusan pembelian emas di PT Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif disini bertujuan untuk melakukan penelitian dari *sampling* populasi yang kemudian melakukan uji hipotesis pada hasil data penelitiannya.

²⁶ Risa Ardita, “Analisis Pengaruh Produk Harga Dan Promosi Dalam Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

Hasil penelitian: (1) Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; (2) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; (3) Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; dan (4) Produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Persamaan penelitian terletak pada variabel terikat yang menjelaskan tentang keputusan pembelian serta menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada variabel bebas yang membahas selain variabel harga yaitu variabel produk dan variabel promosi. Perbedaan selanjutnya terletak pada teknik pengambilan sampelnya yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*.

2. Risnawati, skripsi tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam (Studi Di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh).²⁷

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam perspektif Islam di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh baik secara parsial maupun secara simultan.

Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan secara parsial terhadap perilaku konsumsi dalam perspektif Islam. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumsi dalam perspektif Islam.

Metode penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Penggunaan sumber data berasal dari data primer, sehingga menggunakan teknik pengumpulan berupa kuesioner.

²⁷ Risnawati, “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam (Studi Di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2021).

Persamaan penelitian terletak pada variabel independen, metode penelitian, dan penggunaan sumber data. Adapun perbedaannya yaitu variabel dependen yang menjelaskan tentang perilaku konsumsi.

3. Rini Fitriani, skripsi tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Toko Emas Budi Banjaran”.²⁸

Rumusan masalah penelitian: (1) Apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan pada Toko Emas Budi Banjaran?; (2) Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan pada Toko Emas Budi?; (3) Apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan pada Toko Emas Budi Banjaran Banjaran?; (4) Apakah secara simultan harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan pada Toko Emas Budi Banjaran?

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui secara parsial maupun secara simultan pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian perhiasan di Toko Emas Budi Banjaran Banjaran.

Jenis penelitian yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penggunaan sumber data yang berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil jawaban responden berdasarkan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari data *member* konsumen.

Hasil penelitian: (1) Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Emas Budi Banjaran; (2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Emas Budi Banjaran; (3) Promosi produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Emas Budi Banjaran; dan (4) Harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan

²⁸ Rini Fitriani, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Toko Emas Budi Banjaran” (Skripsi, Politeknik Harapan Bersama, 2021).

berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Emas Budi Banjaran.

Persamaan terletak pada variabel dependennya yang membahas tentang keputusan pembelian, serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya membahas selain variabel harga yaitu variabel kualitas produk dan promosi.

4. Muriani, skripsi tahun 2019 dengan judul penelitian “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Kantor Pegadaian Di Kabupaten Enrekang”.²⁹

Rumusan masalah penelitian ini membahas tentang bagaimana perilaku pelanggan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada kantor pegadaian di Kabupaten Enrekang?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada kantor pegadaian di Kabupaten Enrekang.

Jenis penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk membuktikan fakta atau kebenarannya dengan cara peneliti menafsirkan data dengan teori yang ada.

Hasil penelitian ini lebih berfokus kepada faktor-faktor perilaku konsumen seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Dalam hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Kantor Pegadaian di Kabupaten Enrekang.

Persamaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yang membahas tentang keputusan pembelian, serta pembahasan objek penelitian ini yaitu perhiasan emas. Sedangkan perbedaan penelitian

²⁹ Muriani, “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Kantor Pegadaian Di Kabupaten Enrekang” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).

terletak pada variabel independennya yang berfokus membahas tentang perilaku konsumenn, jenis pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif, dan sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

5. Maria Ulfa, skripsi tahun 2021 dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi”.³⁰

Rumusan masalah penelitian membahas tentang bagaimana pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi?

Tujuan penelitian ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun jenis pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan fenomena atau variabel-variabel penelitian yang melalui proses dokumenter.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Persamaan penelitian terletak pada jenis penelitian yaitu pendekatan kuantitatif deskriptif dan variabel independen membahas tentang pengaruh pendapatan. Adapun perbedaan penelitian terletak

³⁰ Maria Ulfa, “Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2021).

pada pembahasan variabel dependen yaitu perilaku konsumsi dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

6. Ainun Ma'rifa, skripsi tahun 2021 dengan judul penelitian “Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Moderator*”.³¹

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan harga terhadap keputusan pembelian dengan gaya hidup sebagai variabel *moderator*.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif *asosiatif*. Adapun tujuan jenis penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

Adapun hasil penelitian: (1) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian pada konsumen KFC dan McDonald's Sidoarjo; (2) Tidak terdapat pengaruh secara parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen KFC dan McDonald's Sidoarjo; (3) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada konsumen KFC dan McDonald's Sidoarjo; (4) Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel pendapatan, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada konsumen KFC dan McDonald's Sidoarjo; (5) Tidak terdapat pengaruh variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian pada konsumen KFC dan McDonald's Sidoarjo setelah dihubungkan dengan gaya hidup; dan (6) Terdapat pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen KFC dan McDonald's Sidoarjo setelah dihubungkan dengan gaya hidup.

Persamaan penelitian terdapat pada semua variabel independen yang membahas tentang pengaruh pendapatan, harga, dan gaya hidup. Selain itu variabel dependen yang membahas tentang keputusan pembelian, serta jenis penelitiannya menggunakan penelitian

³¹ Ainun Ma'rifa, “Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Moderator*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2021).

kuantitatif. Adapun perbedaannya terletak pada pengambilan sampelnya yaitu menggunakan *nonprobability sampling* jenis *accidental sampling*.

7. Syahisti Kholida, skripsi tahun 2021 dengan judul penelitian “Pengaruh Pendapatan Konsumen, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung”.³²

Rumusan masalah penelitian: (1) Apakah pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung?; (2) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung?; (3) Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung?; dan (4) Apakah pendapatan konsumen, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *asosiatif*. Adapun tujuan dari metode penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara statistik.

Hasil penelitian menyatakan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung; (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung; (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel lokasi terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung; dan (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan variabel

digilib.uinkhas.³² Syahisti Kholida, “Pengaruh Pendapatan Konsumen, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021).

pendapatan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung.

Persamaan penelitian terletak pada pendekatan penelitian yaitu pendekatan kuantitatif, dua variabel independen yang membahas terkait pengaruh pendapatan dan pengaruh harga, dan variabel dependen yang membahas tentang keputusan pembelian. Adapun perbedaan penelitian terletak pada cara pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

8. Qadavi Ridwan Nur, skripsi tahun 2021 dengan judul penelitian “Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Perceived Value* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Coffee Shop Di Kota Medan)”.³³

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh variabel gaya hidup dan variabel kelas sosial terhadap keputusan pembelian dengan *perceived value* sebagai variabel *intervening*.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif jenis deskriptif. Adapun penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan suatu fakta atau untuk menguji hipotesis pada variabel penelitian.

Hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan hasil penghitungan nilai *direct effect* sebesar 0,430 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Terdapat pengaruh variabel kelas sosial terhadap keputusan pembelian dengan hasil penghitungan nilai *direct effect* sebesar 0,152 dan nilai signifikansi $0,161 < 0,05$. Terdapat pengaruh variabel gaya hidup terhadap *perceived value* dengan hasil penghitungan nilai *direct effect* sebesar 0,381 dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$. Terdapat pengaruh variabel kelas sosial terhadap *perceived value* dengan hasil penghitungan nilai *direct effect* sebesar 0,243 dan nilai signifikansi $0,036 < 0,05$. Terdapat pengaruh

digilib.uinkhas.³³ Qadavi Ridwan Nur, “Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Perceived Value* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Coffee Shop Di Kota Medan)”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2021).

perceived value terhadap keputusan pembelian dengan hasil penghitungan nilai *direct effect* sebesar 0,365 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Terdapat pengaruh variabel gaya hidup yang dimediasi oleh *perceived value* terhadap keputusan pembelian dengan hasil penghitungan nilai *direct effect* sebesar 0,139 dan nilai signifikansi $0,023 < 0,05$. Terdapat pengaruh variabel kelas sosial yang dimediasi oleh *perceived value* terhadap keputusan pembelian dengan hasil penghitungan nilai *direct effect* sebesar 0,089 dan nilai signifikansi $0,131 < 0,05$.

Persamaan penelitiannya yaitu menganalisis salah satu variabel independen tentang pengaruh harga, metode penelitian yang digunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada analisis data yang menggunakan model pengukuran dan model struktural, dan variabel dependen yang dianalisis dimediasi oleh variabel *perceived value*.

9. Nurul Yusna Yunus, skripsi tahun 2021 dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado”.³⁴

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik maybelline oleh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Manado.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis data atau menguji variabel-variabel penelitian secara statistik.

Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline

³⁴ Nurul Yusna Yunus, “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Manado, 2021).

yang dibuktikan dengan hasil uji t sebesar $t\text{-hitung } 3,448 > t\text{-tabel } 2,673$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.

Persamaan penelitian terletak pada metode penelitian yaitu pendekatan kuantitatif, variabel independen yang membahas tentang pengaruh gaya hidup, dan variabel dependen yang membahas tentang keputusan pembelian. Perbedaan penelitian yaitu sumber data yang menggunakan data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data meliputi kuesioner, pengamatan, dan dokumen data, dan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

10. Fitria Suryaningasih, skripsi tahun 2021 dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi, Motivasi, Dan Digitalisasi Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas di Pegadaian UPC Ajibarang”.³⁵

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, motivasi, dan digitalisasi pelayanan terhadap keputusan pembelian produk tabungan emas di Pegadaian UPC Ajibarang.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *field research*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, internet, dokumentasi, dan wawancara. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji *rank spearman* dan regresi ordinal.

Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel promosi yang dibuktikan dengan nilai *rank spearman* $0,000 < 0,05$ dengan nilai signifikan $0,902$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel motivasi yang dibuktikan dengan nilai *rank spearman* $0,000 < 0,05$ dengan nilai signifikan $0,993$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel digitalisasi pelayanan yang

³⁵ Fitria Suryaningasih, “Pengaruh Promosi, Motivasi, Dan Digitalisasi Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas di Pegadaian UPC Ajibarang” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021).

dibuktikan dengan nilai *rank spearman* $0,000 < 0,05$ dengan nilai signifikan 0,913.

Persamaan penelitian terletak pada variabel dependen yang membahas tentang keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen yang membahas tentang pengaruh promosi, motivasi, dan digitalisasi tabungan. Perbedaan selanjutnya pada teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan.

Tabel 2.1

Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Risa Ardita, 2019.	Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Dalam Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung	a. Menggunakan metode penelitian kuantitatif b. Variabel dependen membahas keputusan pembelian	a. Variabel independen membahas tentang pengaruh harga dan promosi b. Teknik <i>purposive sampling</i>
2.	Risnawati, 2020.	Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat	a. Metode penelitian kuantitatif b. Variabel independen berupa pendapatan dan gaya hidup	a. Variabel dependen berupa perilaku konsumsi

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Dalam Perspektif Islam (Studi Di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)	c. Sumber data berupa data primer d. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner	
3.	Rini Fitriani, 2021.	Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Toko Emas Budi Banjaran	a. Menggunakan metode penelitian kuantitatif b. Variabel dependen membahas keputusan pembelian e. Membahas tentang pengaruh harga	a. Variabel independen membahas tentang kualitas produk dan promosi b. Sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder
4.	Muriani, 2021.	Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Kantor Pegadaian Di Kabupaten Enrekang	a. Variabel dependen membahas tentang keputusan pembelian b. Membahas tentang perhiasan emas	a. Variabel independen fokus membahas tentang perilaku konsumen b. Menggunakan pendekatan kualitatif c. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder
5.	Maria Ulfa, 2021.	Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Variabel independen membahas tentang pengaruh pendapatan	a. Variabel dependen membahas tentang perilaku konsumsi b. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Sulthan Thaha Saifuddin Jambi		
6.	Ainun Ma'rifa, 2021.	Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel <i>Moderator</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Variabel independen berupa pendapatan dan harga c. Variabel dependen membahas tentang keputusan pembelian 	a. Teknik <i>nonprobability sampling</i> jenis <i>accidental sampling</i>
7.	Syahisti Kholida (2021)	Pengaruh Pendapatan Konsumen, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif b. Variabel independen berupa pendapatan konsumen 	a. Teknik <i>probability sampling</i> jenis <i>purposive sampling</i>
8.	Qadavi Ridwan Nur (2021)	Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan <i>Perceived Value</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Kasus Coffee Shop Di Kota Medan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif b. Variabel independen membahas pengaruh gaya hidup 	<ul style="list-style-type: none"> a. Analisis data berupa model pengukuran dan model struktural b. Variabel dependen yang dimediasi oleh <i>perceived value</i>

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
9.	Nurul Yusna Yunus, 2021.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado	a. Metode penelitian kuantitatif b. Variabel independen berupa gaya hidup c. Variabel dependen berupa keputusan pembelian	a. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder b. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, pengamatan, dan dokumen data c. Analisis regresi linear sederhana
10.	Fitria Suryaningasih, 2021.	Pengaruh Promosi, Motivasi, Dan Digitalisasi Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas di Pegadaian UPC Ajibarang	a. Metode penelitian kuantitatif <i>field search</i> b. Variabel dependen berupa keputusan pembelian	a. Variabel independen berupa promosi, motivasi, dan digitalisasi tabungan b. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, internet, dan dokumentasi c. Teknik analisis data berupa uji <i>rank spearman</i>

B. Kajian Teori

1. Harga

a. Definisi Harga

Menurut Kotler, definisi harga adalah sejumlah harta seseorang yang ditukarkan untuk mendapatkan suatu produk melalui proses tawar menawar.³⁶ Menurut Desy dan Rahmat, definisi harga

³⁶ Ani Syarifah, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10, no.1 (2020): 3.

adalah sejumlah uang tunai yang dimiliki oleh seseorang untuk membeli suatu produk. Sedangkan menurut Nasution, Limbong dan Ramadhan, definisi harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu nilai dan manfaat dari sebuah produk. Dari penjabaran pengertian harga di atas, maka definisi harga dapat disimpulkan sebagai sejumlah uang yang dimiliki seseorang yang ditukarkan untuk mendapatkan suatu nilai dan manfaat produk melalui kegiatan tawar menawar.³⁷

b. Peranan Harga

1) Peran alokasi

Peran alokasi yang dimaksud adalah membantu konsumen dalam memutuskan untuk mendapatkan manfaat yang sesuai dengan daya belinya. Dalam hal ini akan membantu pembeli dalam mengalokasikan dananya sesuai dengan hasil perbandingan yang telah dilakukan.

2) Peran informasi

Peran informasi yang dimaksud adalah membantu konsumen dalam mengetahui suatu produk tersebut secara objektif. Peran ini bermanfaat bagi konsumen yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan manfaat dari produk tersebut.³⁸

c. Indikator Harga

1) Keterjangkauan harga

Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen akan memilih harga dengan pertimbangan manfaat dari suatu produk yang akan diperolehnya. Dalam hal ini, produsen juga akan berusaha menetapkan harga yang sesuai dengan harga pasar dan daya beli konsumen.

³⁷ Rissa Mustika Sari dan Prihartono, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)," *Jurnal Ilmiah MEA (JIMEA)* 5, no.3 (2021): 1174. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁸ Tembesi Citra Neisia, "Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT Hasrat Abadi Outlet Karombasan Manado," *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no.3 (2018): 36.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Dalam proses pemilihan harga, pertimbangan konsumen terletak pada kualitas produk yang akan diperolehnya. Konsumen akan memilih kualitas produk yang terbaik yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan dirinya.

3) Daya saing harga

Pertimbangan utama produsen dalam menentukan harga jual produk terletak pada harga produk pesaingnya. Disini produsen berusaha menetapkan harga yang sesuai harga pasar atau bahkan lebih murah, sehingga memudahkan produsen dalam membangun *positioning* produknya.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Pertimbangan konsumen dalam pemilihan harga tidak hanya berfokus pada kualitas produk saja, tetapi juga terletak pada manfaat produk yang akan diterima. Namun terkadang juga terdapat konsumen yang mengabaikan harga karena mengutamakan manfaat produk tersebut.³⁹

d. Konsep Harga dalam Islam

Harga dalam bahasa Arab berasal dari kata “tsaman” atau “si’ru”. Kata “tsaman” memiliki arti nilai dan harga yang terjadi atas suka sama suka, sedangkan kata “si’ru” memiliki arti harga yang ditetapkan untuk barang dagangan.⁴⁰

Penetapan mekanisme harga dalam Islam tidak lepas dari *maqashid syariah* yaitu mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kemurkaan Allah SWT. Rasulullah tidak pernah menetapkan harga jual karena ditakutkan akan menimbulkan kezaliman. Ahli fikih, Imam Hanbali dan Imam Syafi’i juga sepakat dengan Rasulullah yaitu melarang menetapkan harga karena akan

digilib.uinkhas.³⁹ Sari dan Prihartono, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Ilmiah MEA* 5, no.3 (2021): 1174.

⁴⁰ Muslimin, *Konsep Penetapan Harga*, 3.

menyusahkan masyarakat. Namun pendapat ini berbeda dengan Imam Maliki yang membolehkan untuk menetapkan harga barang-barang yang tergolong dalam kebutuhan sekunder. Harga dalam Islam terbentuk karena permintaan dan penawaran yang diikuti saling merelakan antara penjual dan pembeli. Jadi, harga terbentuk karena kemampuan penjual menawarkan barangnya, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut.⁴¹

2. Pendapatan

a. Definisi Pendapatan

Sukirno menyatakan pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima seseorang sebagai balas jasa atas pekerjaannya baik harian, mingguan, atau bulanan.⁴² Menurut Suroto, definisi pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang digunakan untuk kelangsungan hidupnya.⁴³ Dari penjabaran pengertian pendapatan tersebut, maka dapat disimpulkan definisi pendapatan sebagai jumlah uang yang dimiliki seseorang untuk melakukan kegiatan ekonomi serta memenuhi kelangsungan hidupnya. Dalam hal ini pendapatan akan berbanding lurus dengan kebutuhan dan keputusan pembelian.

b. Sumber-sumber Pendapatan⁴⁴

- 1) Gaji dari perusahaan atau institusi pemerintahan
- 2) Upah harian, mingguan, atau bulanan
- 3) Keuntungan bisnis atau dagang
- 4) Warisan dari orang tua
- 5) Jasa-jasa (konsultan-notaris/PPAT, para profesional)
- 6) Bunga bank
- 7) *Deviden /capital gain* dari saham

⁴¹ Muslimin, 6.

⁴² Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 3, no.2 (Juni, 2018): 159.

⁴³ Indra Bastian, *Manajemen Keuangan Publik* (Yogyakarta: Andi Offset, 2020), 81. id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁴ Didin Fatihudin, *Merencanakan Keuangan untuk Investasi di Pasar Modal, Pasar Uang, dan Valas* (Surabaya: UM Surabaya Publishing, 2017), 8.

- 8) *Coupon rate* dari obligasi
- 9) Jasa sewa modal, *indekost*, sewa apartemen, ruko
- 10) *Transfer Of Payment* (hadiah/pemberian)
- 11) Royalti yang bersumber dari hak paten, misalnya merek dan karya buku
- 12) *Discount* dari penjualan
- 13) Bonus atau hadiah

c. Prinsip Pendapatan⁴⁵

- 1) Seseorang menghadapi *trade off*

Dalam menginginkan sesuatu, seseorang harus mengorbankan yang lain untuk mendapatkannya. Pengorbanan tersebut dapat berupa uang, waktu, pikiran, tenaga, dan lain-lain. Oleh karena itu, seseorang yang ingin mendapatkan pendapatan juga membutuhkan pengorbanan tersebut.

- 2) Pengorbanan biaya

Biaya kesempatan atau *opportunity cost* adalah pengorbanan yang dilakukan seseorang untuk mengambil sebuah keputusan. Dalam hal ini seseorang akan benar-benar memikirkan manfaat atau keuntungan yang lebih banyak bagi dirinya.

- 3) Berpikir secara rasional

Setiap individu yang akan mengambil keputusan perlu berdasarkan pemikiran dan pertimbangan yang logis. Pilihan rasional tersebut akan menekan kerugian dan menghasilkan keuntungan yang optimal.

- 4) Tanggap terhadap insentif

Insentif diberikan kepada seseorang yang aktif dalam pekerjaannya. Seseorang akan merasa lebih giat bekerja ketika

⁴⁵ Bastian, *Manajemen Keuangan*, 87-88.

diberikan insentif tersebut. Insentif bisa digunakan untuk meningkatkan pendapatan seseorang.

d. Indikator Pendapatan

1) Pendapatan yang diterima perbulan

Pendapatan diartikan sebagai sejumlah uang yang diperoleh seseorang karena telah menyelesaikan pekerjaan baik dari instansi atau hasil industri yang dimiliki. Apabila pendapatan berasal dari instansi maka disebutnya sebagai gaji atau upah. Sedangkan pendapatan yang berasal dari hasil industri disebutnya sebagai pendapatan usaha.

2) Pekerjaan

Pekerjaan adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan seseorang untuk memperoleh pendapatan. Definisi tersebut juga dapat diartikan bahwa pekerjaan adalah sebagai mata pencaharian untuk pemenuhan kehidupannya.

3) Anggaran biaya sekolah

Anggaran biaya sekolah adalah alokasi dana yang telah dipersiapkan untuk keperluan sekolah.

4) Beban keluarga yang ditanggung⁴⁶

Beban keluarga yang ditanggung adalah jumlah anggota keluarga yang tidak bekerja atau tidak berpenghasilan. Misal dalam suatu keluarga terdiri dari ayah, ibu, anak, dan 3 anggota keluarga lainnya, yang bekerja hanya ayah dan ibu, maka total beban keluarga yang ditanggung adalah 4.

e. Konsep Pendapatan dalam Islam

Menurut Yusuf Qardhawi, pendapatan adalah sejumlah harta yang diterima oleh seseorang yang diketahui sumber perolehannya dan sifatnya tetap. Pendapatan pada dasarnya adalah timbal balik yang diterima atas hasil kerjanya baik berupa upah, gaji, atau balas

⁴⁶ Manalu dan Roshinta, *Pengaruh Gaya Hidup*, 176.

jasa dalam bentuk laba.⁴⁷ Selain itu masyarakat juga bisa memperoleh pendapatan dari usaha sampingan yang digunakan untuk menunjang kebutuhan pokok. Konsep pendapatan telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa' [4]:29)

3. Gaya Hidup

a. Definisi Gaya Hidup

Menurut Setiadi, gaya hidup adalah penggambaran seseorang dalam menghabiskan waktu dan memikirkan diri beserta lingkungannya.⁴⁸ Menurut Dewi dan Samuel, gaya hidup adalah cara seseorang dalam menggunakan waktu dan uang yang dimiliki. Gaya hidup ini memiliki hubungan dengan kepribadian meskipun masing-masing memiliki ciri yang berbeda. Kepribadian menggambarkan ciri internal seseorang, sedangkan gaya hidup menggambarkan ciri eksternal seseorang yang bentuknya adalah perilaku konsumen.⁴⁹

Berdasarkan penjabaran pengertian gaya hidup di atas, maka definisi gaya hidup dapat disimpulkan sebagai penggambaran ciri eksternal seseorang dalam bentuk perilaku konsumen. Hal ini sangat berkaitan dengan cara seseorang menghabiskan uang dan waktu untuk pengambilan keputusan yang sesuai dengan kepribadiannya.

⁴⁷ Indri Kartika, “Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kesadaran sebagai Variabel *Intervening* Studi Kasus Muzakki di Baznas Salatiga,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)* 6 no.1 (2020): 45. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁸ Rahmania, *Hubungan Gaya*, 652.

⁴⁹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 46.

b. Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup⁵⁰

Sebagaimana dijelaskan oleh Nugraheni, gaya hidup dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Berikut penjelasannya:

1) Faktor Internal

a) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dan pengamatan didapatkan dari kejadian yang pernah dialami oleh seseorang. Hal tersebut akan membentuk pendapat sehingga memberikan pengaruh dalam gaya hidup seseorang.

b) Kepribadian

Kepribadian berhubungan dalam menentukan selera produk. Dalam hal ini usia juga berperan dalam mempengaruhi kepribadian. Kepribadian ini dapat berupa percaya diri, keagresifan, dan lain-lain.

c) Konsep diri

Konsep diri adalah faktor lain yang memiliki hubungan dengan gaya hidup, misalnya faktor merek dalam menentukan daya minatnya terhadap suatu produk yang akan dibeli.

d) Motif

Motif memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan fisiknya. Motif ini berbanding lurus dengan gaya hidup seseorang. Ketika seseorang memiliki motif untuk memiliki status sosial yang tinggi, maka cenderung akan memiliki gaya hidup yang hedonisme, dan sebaliknya.

e) Persepsi

Persepsi adalah cara seseorang memandang sesuatu yang akan membentuk sebuah pemahaman. Apabila persepsi seseorang tentang harga yang tinggi pasti memiliki kualitas yang baik, maka seseorang tersebut cenderung akan memiliki gaya hidup yang hedonisme.

2) Faktor Eksternal

a) Keluarga

Keluarga adalah sekelompok orang yang memiliki hubungan paling dekat. Keluarga memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumen sehingga menghasilkan kesamaan dalam gaya hidup antar individu keluarga tersebut.

b) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sekelompok orang yang saling berhubungan satu sama lain dan memiliki kesamaan dalam gaya hidup. Kelas sosial dipengaruhi oleh kebiasaan, ekonomi, dan budaya. Kelompok sosial dibagi menjadi tiga yaitu: kelas sosial atas, kelas sosial menengah, dan kelas sosial bawah.

c) Kebudayaan

Kebudayaan meliputi keyakinan, pengetahuan, hukum, tradisi, dan kebiasaan yang dapat membentuk gaya hidup seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk.

c. Dimensi Gaya Hidup⁵¹

1) Kegiatan

Kegiatan adalah aktivitas yang dilakukan oleh konsumen yang berkaitan langsung dengan pembelian produk. Kegiatan ini hanya bisa diamati, namun jarang bisa diukur secara langsung.

2) Minat

⁵¹ Ulviani dan Pitri, *Pengaruh Persepsi*, 6.

Minat adalah keinginan konsumen terhadap produk, biasanya produk tersebut memiliki keunikan tersendiri. Minat ini dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

3) Opini

Opini mengandung kepercayaan seseorang terhadap maksud orang lain sehingga dapat mempengaruhi gaya hidup.

d. Konsep Gaya Hidup dalam Islam

Gaya hidup adalah penggambaran ciri seseorang sehingga orang tersebut memiliki perbedaan atau keunikan yang tidak dimiliki oleh orang lain. Penggambaran tersebut meliputi keseluruhan kegiatan fisik atau non fisik terhadap lingkungannya. Dalam pandangan Islam dijelaskan bahwa hendaknya manusia memilih gaya hidup yang islami. Konsep gaya hidup telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Yusuf ayat 108 yaitu:

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Inilah jalanku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (seluruh manusia) kepada Allah dengan bukti yang nyata. Mahasuci Allah dan aku tidak termasuk golongan orang-orang musyrik.” (Q.S Yusuf [12]:108).⁵²

Berdasarkan ayat di atas memiliki tafsir yang dijelaskan oleh Al-Wajiz yaitu Rasulullah SAW mengajak umatnya yang beriman untuk mengikuti jalan Allah SWT dengan aturan yang sudah pasti sehingga mendapatkan petunjuk-Nya, serta Rasulullah berkata bahwa tidak termasuk orang yang musyrik yang mengambil Tuhan selain Allah SWT.⁵³

4. Keputusan Pembelian

a. Definisi Keputusan Pembelian

⁵² Terjemahan Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 343.

⁵³ Fikri Irfansyah, “Pengaruh Gaya Hidup Islami dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2018-2019,” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no.1 (2022): 45-46.

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian diartikan sebagai proses pembelian produk oleh konsumen yang telah melalui beberapa tahapan seperti mengenali permasalahan yang ada, mencari informasi, proses mengevaluasi produk, tahap pembelian, dan tahap evaluasi setelah pembelian. Menurut Tjiptono, keputusan pembelian diartikan sebagai proses pemahaman konsumen terhadap sebuah produk yang diawali dari mengenali permasalahan dan berakhir pada tahap keputusan pembelian.⁵⁴ Sedangkan menurut Assauri, keputusan pembelian diartikan sebagai kegiatan konsumen dalam membeli suatu produk setelah melalui tahapan dan pertimbangan yang telah ditetapkan.⁵⁵

Dari penjelasan beberapa pengertian keputusan pembelian di atas, maka dapat disimpulkan keputusan pembelian adalah proses pemilihan produk berdasarkan pengetahuannya dimana konsumen benar-benar membeli untuk dikonsumsi secara pribadi atau berdasarkan pertimbangan-pertimbangan pembelian sebelumnya.

b. Faktor Mengambil Keputusan⁵⁶

Assael telah menjelaskan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal, berikut penjelasannya:

1) Faktor internal

Faktor internal adalah hal-hal yang asalnya dari dalam diri masing-masing. Berdasarkan definisi tersebut, maka faktor-faktor internal antara lain: motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Berikut penjelasannya:

a) Motivasi

⁵⁴ Alifia Nur Aini, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian," Dalam Seminar Nasional, et. al. (Hubisintek: Universitas Duta Bangsa., 2021), 59.

⁵⁵ Yenni Arifah, *Keputusan Pembelian Produk* (Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Intenasional, 2022), 4.

⁵⁶ Arifah, 5-6.

Motivasi adalah usaha yang timbul dari dalam diri individu yang bertujuan untuk menentukan pilihan atas dasar kebutuhan, keinginan, dan manfaat.

b) Persepsi

Persepsi adalah pandangan konsumen dalam suatu produk atas informasi yang didapatkan sebelum mengambil keputusan pembelian. Persepsi tiap individu berbeda-beda dikarenakan pengalaman yang telah dialami. Hasil dari persepsi tersebut akan menciptakan perbedaan tanggapan dalam suatu produk dan perbedaan dalam perilaku konsumen.

c) Pembelajaran

Pembelajaran adalah pertimbangan konsumen dalam menentukan memilih atau menolak produk yang ditawarkan kepadanya.

d) Keyakinan dan sikap

Keyakinan adalah kemantapan yang timbul dari dalam diri konsumen sehingga menentukan sikap seseorang dalam mengambil keputusan.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah hal-hal yang sifatnya berasal dari luar diri konsumen. Berdasarkan definisi tersebut, maka faktor-faktor eksternal antara lain: budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok. Berikut penjelasannya:

a) Budaya

Budaya adalah salah satu hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Contohnya: kebiasaan, cara hidup, dan tradisi.

b) Kelas sosial

Kelas sosial adalah penggambaran sekelompok orang yang memiliki kesamaan dalam perilakunya. Setiap

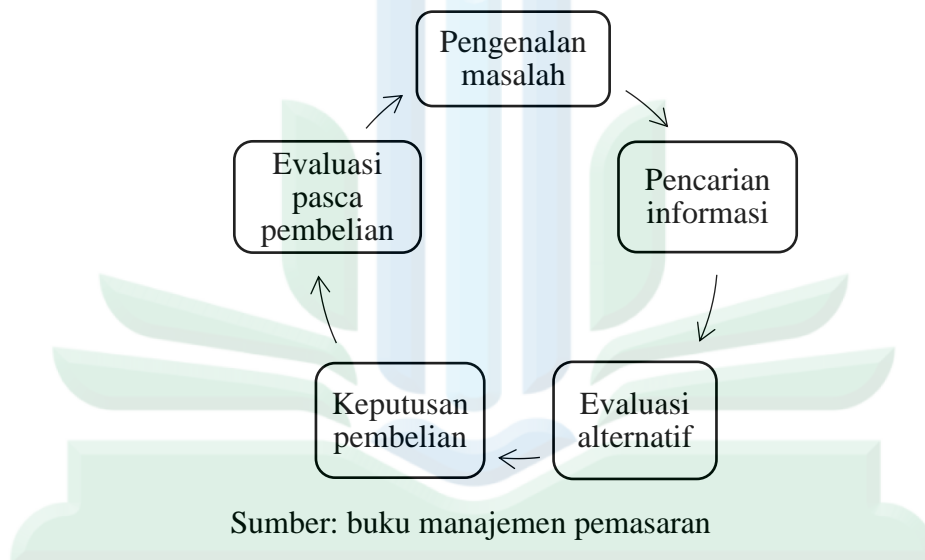
individu dalam kelompok ini akan berupaya mengikuti perilaku konsumsinya agar mendapatkan status sosial yang sama atau bahkan lebih tinggi.

c) Keanggotaan dalam suatu kelompok

Keanggotaan dalam kelompok ini memiliki kesamaan baik dari hobi, budaya, pendidikan, agama, dan lain-lain.

c. Langkah-langkah Pengambilan Keputusan Pembelian⁵⁷

Gambar 2.1
Siklus Pengambilan Keputusan Pembelian



1. Pengenalan masalah

Pengenalan masalah adalah tahap awal dimana konsumen mulai mengenali kebutuhannya. Pada tahap ini terjadilah perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Beberapa faktor yang dapat digunakan untuk mengenali kebutuhan, misalnya konsumsi produk, pengaruh pemasaran, dan situasi. Pada tahap ini pemasar akan berusaha mengenali kebutuhan konsumen untuk menumbuhkan rangsangan daya minat terhadap produknya.

⁵⁷ Shinta, *Manajemen*, 42-43.

2. Pencarian informasi

Pencarian informasi adalah kegiatan konsumen dalam menggali informasi terkait produk yang akan dibeli. Tahap ini berkaitan dengan pembelajaran yakni konsumen akan menggali informasi dari segala sumber, misalnya media sosial, keluarga, rekan kerja, dan lain-lain.

3. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah kegiatan konsumen dalam mempertimbangkan informasi yang didapatkan dari berbagai produk yang ditawarkan. Dalam tahap ini konsumen akan mengenali masing-masing produk yang dapat memberikan manfaat lebih banyak bagi dirinya.

4. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah kegiatan konsumen dalam membeli suatu produk setelah melakukan berbagai pertimbangan dan evaluasi terkait produk tersebut. Pertimbangan tersebut yaitu:

- a. Pertimbangan merek suatu produk
- b. Produsen
- c. Kualitas produk
- d. Waktu pembelian
- e. Kemudahan dalam membayar

5. Evaluasi pasca pembelian

Evaluasi pasca pembelian adalah kegiatan konsumen dalam memberikan penilaian terhadap suatu produk berdasarkan pengalamannya. Konsumen akan memberikan nilai positif dan nilai negatif. Penilaian positif yang diberikan karena konsumen merasa puas atas produk yang telah dikonsumsinya. Pada penilaian ini konsumen akan melakukan *repurchase* terhadap produk tersebut. Namun ketika konsumen memberikan penilaian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka sehingga cara pengolahannya menggunakan cara statistik.⁵⁸ Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Jenis penelitian ini digunakan untuk menggambarkan suatu kondisi penelitian.⁵⁹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua hal yang terdiri dari objek/subjek yang masing-masing memiliki karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti yang kemudian ditarik kesimpulan.⁶⁰ Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh istri nelayan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pondok Layar yang berjumlah 36 orang dan istri nelayan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pantai Marina yang berjumlah 81 orang. Sehingga populasi dalam penelitian ini berjumlah 117 orang.

Tabel 3.1
Data Istri Nelayan KUB Pondok Layar

No	Nama	No	Nama
1.	Ny. Slamet Hariyanto	19.	Ny. Saifudin
2.	Ny. Moh. Salim	20.	Ny. Sugianto
3.	Ny. Dimas Pranata	21.	Ny. Sawari
4.	Ny. Herman Adriyanto	22.	Ny. Sajadi
5.	Ny. Alimansyah	23.	Ny. Bambang Wahyudi
6.	Ny. Ali	24.	Ny. Wawan Suryadi
7.	Ny. Abdul Rahman	25.	Ny. Farid Akbar
8.	Ny. Surakip	26.	Ny. Ego Prawira
9.	Ny. Marselan	27.	Ny. Sunarto
10.	Ny. Adam	28.	Ny. Saprawi

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 7. digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁹ Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 49.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 80.

16.	Ny. Busiono	37.	Ny. Surya	58.	Ny. Hariadi	79.	Ny. Hariyanto
17.	Ny. Sumarto	38.	Ny. Heri	59.	Ny. Wahyudi	80.	Ny. Yusuf
18.	Ny. Nurul	39.	Ny. Misnayu	60.	Ny. Moh. Harun	81.	Ny. Samianton
19.	Ny. Arif	40.	Ny. Matapiyani	61.	Ny. Sugiarto		
20.	Ny. Suhairi	41.	Ny. Nihrawi	62.	Ny. Hariyadi		
21.	Ny. Harsono	42.	Ny. Moh. Nur	63.	Ny. Satuni		

Sumber: KUB Pantai Marina, Tahun 2022

2. Sampel

Sampel adalah pengambilan sebagian dari data populasi yang digunakan untuk mengetahui suatu karakteristik populasi dalam penelitian. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara menentukan sampel berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun sampel dalam penelitian adalah istri nelayan yang berasal dari KUB Pondok Layar yang berjumlah 36 orang dan KUB Pantai Marina yang berjumlah 81 orang. Adapun penentuan jumlah sampel penelitian menggunakan *sampling* jenuh. Menurut Sugiyono, *sampling* jenuh diartikan sebagai cara menentukan sampel dengan menggunakan seluruh populasinya sebagai sampel.⁶¹ Jumlah sampel dalam penelitian adalah 117 orang.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi data responden. Adapun teknik tersebut antara lain:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah cara teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan pernyataan maupun pertanyaan tertulis kepada responden. Teknik ini juga menganalisis karakteristik, perilaku,

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 85.

dan keyakinan responden dalam ruang lingkup penelian. Tujuan dari teknik ini adalah untuk mendapatkan jawaban responden berdasarkan parameter masing-masing indikator variabel penelitian.

2. Sumber Data

Data adalah sekumpulan fakta yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan rumusan masalah dalam penelitian. Data tersebut dapat berbentuk gambar, huruf, angka, situasi, bahasa, atau simbol. Data berdasarkan sumbernya terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer. Sifat data primer ini adalah data mentah sehingga perlu diolah lebih lanjut. Data primer diperoleh secara langsung, misalnya: hasil kuesioner, hasil wawancara individu maupun kelompok.⁶²

D. Analisis Data

Analisis data adalah proses pengelompokkan data berdasarkan variabel, jenis responden, metabilisasi data, menyajikan data, dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis data.⁶³ Analisis data kuantitatif yang digunakan sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif diartikan sebagai cara statistik yang digunakan peneliti untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan hasil data yang telah didapatkan. Teknik ini dapat digunakan tanpa harus membuat kesimpulan secara umum pada populasi penelitian. Hasil dari statistik deskriptif ini akan disajikan dalam bentuk angka-angka sehingga memudahkan peneliti dalam mengartikannya.⁶⁴

2. Statistik Inferensial

Statistik inferensial diartikan sebagai cara statistik dalam menganalisis data sampel yang hasilnya dapat digunakan secara umum

⁶² Sujarweni, 89.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 147.

⁶⁴ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Solik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 111-112.

pada populasi penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis data berupa program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi dari suatu uji. Pada dasarnya, uji validitas ini dimaksudkan untuk mengukur layak atau tidaknya suatu pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian. Cara menghitung uji validitas menggunakan rumus korelasi yaitu membandingkan hasil r-hitung dengan hasil r-tabel. Nilai r-hitung digunakan sebagai dasar ukuran mengetahui layak atau tidaknya item pertanyaan kuesioner penelitian. Sedangkan nilai r-tabel diperoleh dengan rumus $df = n - 2$. Kriteria penelitian dinyatakan valid apabila hasil r-hitung $>$ hasil r-tabel, sebaliknya dinyatakan tidak valid apabila hasil r-hitung $<$ hasil r-tabel.⁶⁵

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk menguji apakah hasil data variabel penelitian dapat dipercaya dan diandalkan. Penelitian yang reliabel memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Cara menghitung uji reliabilitas dengan membandingkan hasil *Cronbach Alpha* dengan taraf signifikan. Kriteria penelitian dinyatakan reliabel apabila hasil nilai *Cronbach Alpha* $>$ taraf signifikan, sebaliknya dinyatakan tidak reliabel apabila hasil nilai *Cronbach Alpha* $<$ taraf signifikan.⁶⁶ Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 0,60.

digilib.uinkhas.⁶⁵ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Jakarta: Guepedia, 2021), 7-8.

⁶⁶ Budi, 17.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji statistik yang harus dilakukan untuk mendapatkan ketepatan hasil pada analisis linear berganda. Uji asumsi klasik tersebut antara lain: uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.⁶⁷ Berikut penjelasannya:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang paling utama harus dilakukan dalam penelitian. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal atau tidak normal dalam penelitian. Penghitungan uji normalitas dapat menggunakan dua cara, yaitu metode grafik dan metode statistik. Berikut penjelasannya:

1) Metode grafik

Untuk mengetahui hasil dari metode grafik, peneliti dapat melihat pola penyebaran titik pada sumbu diagonal *P-Plot* atau histogram residual. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal atau histogram maka dinyatakan berdistribusi normal, dan sebaliknya apabila data menyebar menjauhi garis diagonal atau histogram maka dinyatakan tidak berdistribusi normal.

2) Metode statistik

Metode statistik yang digunakan adalah uji non parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Kriteria penelitian dinyatakan normal apabila nilai *Asymp. Sig* lebih besar dari 0,05, sebaliknya penelitian dinyatakan tidak normal apabila nilai *Asymp. Sig* lebih kecil dari 0,05.⁶⁸

digilib.uinkhas.ac.id⁶⁷ Nikolaus Deli, *Metode Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data Untuk SPSS* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019): 114.

⁶⁸ Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Riau: Dotplus Publisher, 2021), 32.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui tingkat korelasi dalam suatu variabel bebas penelitian. Cara mengetahui terjadi atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan cara melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dalam model regresi. Kriteria dalam uji multikolinieritas adalah: apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka data penelitian dinyatakan terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka data penelitian dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.⁶⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui perbedaan *variance residual* masing-masing dari pengamatan. Adapun cara yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas terdapat dua cara, yaitu metode grafik dan metode statistik. Berikut penjelasannya:

1) Metode Grafik

Penghitungan metode ini dapat dilihat melalui grafik *scatterplot*. Adapun cara menginterpretasikan grafik tersebut yaitu, apabila data menyebar membentuk pola maka penelitian dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas, sebaliknya apabila data tidak menyebar membentuk pola maka penelitian dinyatakan terjadi heterokedastisitas.

2) Metode Statistik

Adapun cara lain untuk menguji heterokedastisitas yaitu menggunakan uji *glejser*.⁷⁰

Berikut adalah kriteria dalam uji heterokedastisitas, yaitu:

⁶⁹ Fidaus, 33.

⁷⁰ Firdaus, 33.

- 1) Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka penelitian dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka penelitian dinyatakan terjadi heterokedastisitas.⁷¹

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat.⁷² Berikut adalah tahapan-tahapan dalam pelaksanaan uji t:

- 1) Menetapkan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)
- 2) Menetapkan tingkat signifikansi. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$)
- 3) Menghitung t-tabel dengan rumus (N-k)
- 4) Membuat kesimpulan
 - a) Cara pertama
 1. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 dinyatakan diterima
 2. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 dinyatakan ditolak
 - b) Cara kedua
 1. Apabila nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Interpretasi tersebut menyatakan bahwa variabel bebas secara individu mempengaruhi variabel terikat.
 2. Apabila nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Interpretasi tersebut

digilib.uinkhas.⁷¹ Nikolas Dauli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 122.

⁷² Sujarweni, 161.

menyatakan bahwa variabel bebas secara individu tidak mempengaruhi variabel terikat.

b. Uji F (simultan)

Uji F merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.⁷³ Berikut adalah tahapan-tahapan pelaksanaan uji F:

- 1) Menetapkan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)
- 2) Menentukan tingkat signifikansi. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$)
- 3) Menghitung F-tabel dengan rumus:
 - a) $df_1: k-1$
 - b) $df_2: n-k$
- 4) Membuat kesimpulan
 - a) Cara pertama
 1. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 dinyatakan diterima
 2. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 dinyatakan ditolak
 - b) Cara kedua
 1. Apabila nilai F-hitung lebih kecil dari F-tabel maka dinyatakan H_0 diterima dan H_a ditolak. Interpretasi tersebut menyatakan bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
 2. Apabila nilai F-hitung lebih besar F-tabel maka dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Interpretasi tersebut menyatakan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

⁷³ Sujarweni, 162.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode yang digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas dalam penelitian. Fungsi dari metode ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.⁷⁴ Variabel bebas penelitian yang akan diuji adalah harga, pendapatan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Adapun rumus persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

a : konstanta/ kemiringan *slope*

$b_1+b_2+b_3$: koefisien

X_1 : variabel bebas 1 (harga)

X_2 : variabel bebas 2 (pendapatan)

X_3 : variabel bebas 3 (gaya hidup)

Y : variabel terikat (keputusan pembelian)

e : *error term*

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan uji yang dipakai untuk menjelaskan perubahan variabel terikat atas pengaruh variabel bebas. Kriteria dalam uji (R^2) yaitu: apabila hasil nilai (R^2) besar, maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat kuat, sebaliknya apabila hasil nilai (R^2) kecil, maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas.⁷⁵

⁷⁴ Sujarweni, 160.

⁷⁵ Sujarweni, 164.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Instansi

Kampung Mandar adalah sebuah kelurahan yang berada di salah satu Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur. Kelurahan Kampung Mandar terbagi menjadi 2 lingkungan, yaitu Lingkungan Krajan dan Lingkungan Krobokan yang masing-masing lingkungan memiliki 3 RW dan 9 RT. Tradisi yang ada di kampung ini yaitu saulak dan petik laut. Salah satu pelopor pertama kali kegiatan petik laut disebar oleh Suku Mandar ini yang kemudian menjadi tradisi di Kabupaten Banyuwangi. Petik laut adalah ritual yang dilakukan oleh nelayan sebagai rasa syukur kepada Tuhan dan memohon keberkahan rezeki dan keselamatan. Masyarakat Kampung Mandar terdiri dari berbagai macam suku misalnya: suku asli mandar, jawa, madura, osing, keturunan china dan arab. Mayoritas profesi masyarakat Kampung Mandar sebagai pengusaha kecil, nelayan, atau buruh pabrik.

Dalam pelaksanaannya masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan memiliki suatu kelompok khusus yang disebut dengan Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang terbagi menjadi dua yaitu: KUB Pondok Layar dan KUB Pantai Marina. KUB Pondok Layar berdiri pada tanggal 26 Februari 2016 berawal dari diskusi kecil bersama tetangga, kerabat, dan teman yang memiliki alat tangkap yang sama berupa jaring serta alat penerangan mesin lampu / genset sebagai pengumpul ikan dan berkeinginan mendapatkan informasi tentang program pemerintah untuk nelayan. Sedangkan KUB Pantai Marina berdiri pada tanggal 15 Maret 2018 berawal dari diskusi kecil bersama tetangga, kerabat, dan teman yang memiliki alat tangkap yang sama berupa pancing sebagai

pengumpul ikan dan berkeinginan mendapatkan informasi tentang program pemerintah untuk nelayan.

2. Struktur Organisasi Instansi

1. Lurah : Dwi Sasongko, S.Sos
2. Sekretaris : Saiful Muniri S.Ap
3. Kasi Pemerintah dan Trantib
 - 1) THL : Slamet Alyadi
 - 2) THL : Aisyah Putri Amsi
 - 3) Bendahara Pembantu : Heri Handoko
4. Kasi PMD dan KESRA
 - 1) Pengurus Barang Pembantu : Supriyanto
 - 2) STAF : Sumadi
 - 3) THL : Melisa

3. Struktur Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pondok Layar

1. Pembina : Dinas Perikanan Kabupaten Banyuwangi
2. Pelindung 1 : Camat Banyuwangi
3. Pelindung 2 : Lurah Kelurahan Kabupaten Banyuwangi
4. Penasihat : Surakip (Anggota)
5. Ketua : Slamet Hariyanto
6. Sekretaris : Moh. Salim (Anggota)
7. Bendahara : Herman Adriyanto (Anggota)

4. Struktur Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pantai Marina

1. Pembina : Dinas Perikanan Kabupaten Banyuwangi
2. Pelindung 1 : Camat Banyuwangi
3. Pelindung 2 : Lurah Kelurahan Kabupaten Banyuwangi
4. Ketua : Helmi Tri Suhadi
5. Sekretaris : M. Bambang Hariyadi
6. Bendahara : Samidi

B. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Responden

a. Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan data responden yang telah terkumpul melalui kuesioner yang berjumlah 117 istri nelayan menghasilkan karakteristik responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
21-30 Tahun	10	8,5%
31-40 Tahun	28	24,0%
41-50 Tahun	42	35,9%
>51 Tahun	37	31,6%
Jumlah	117	100%

Sumber: pengolahan data kuesioner

Berdasarkan hasil tabel 4.1 diketahui bahwa responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 8,5%, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 28 orang atau sebesar 24,0%, responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 42 orang atau sebesar 35,9%, responden yang berusia >51 tahun sebanyak 37 orang atau sebesar 31,6%. Penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar rata-rata responden penelitian berusia 41-50 tahun.

b. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Asisten Rumah Tangga	3	2,6%
Buruh	19	16,2%
Buruh Pabrik	35	29,9%
Guru	3	2,6%
Ibu Rumah Tangga	7	6%
Pedagang	15	12,8%
Pedagang Ikan	28	23,9%
Pengusaha	6	5,1%

Pramusiwi	1	0,9%
Jumlah	117	100%

Sumber: pengolahan data kuesioner

Berdasarkan hasil tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang berprofesi sebagai asisten rumah tangga sebanyak 3 orang atau sebesar 2,6%, responden yang berprofesi sebagai buruh sebanyak 19 orang atau sebesar 16,2%, responden yang berprofesi sebagai buruh pabrik sebanyak 35 orang atau sebesar 29,9%, responden yang berprofesi sebagai guru sebanyak 3 orang atau sebesar 2,6%, responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebanyak 7 orang atau sebesar 6%, responden yang berprofesi sebagai pedagang sebanyak 15 orang atau sebesar 12,8%, responden yang berprofesi sebagai pedagang ikan sebanyak 28 orang atau sebesar 23,9%, responden yang berprofesi sebagai pengusaha sebanyak 6 orang atau sebesar 5,1%, responden yang berprofesi sebagai pramusiwi sebanyak 1 orang atau sebesar 0,9%. Penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa profesi dominan responden adalah sebagai buruh pabrik.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Rp 500.000-Rp 1.000.000	14	12%
Rp 1.001.000-Rp 2.000.000	37	31,6%
Rp 2.001.000-Rp 3.000.000	55	47,0%
> Rp 3.001.000	11	9,40%
Jumlah	117	100%

Sumber: pengolahan data kuesioner

Berdasarkan hasil tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang memiliki Rp 500.000-Rp 1.000.000 sebanyak 14 atau sebesar 12%, responden yang memiliki 1.001.000-Rp 2.000.000 sebanyak 37 atau sebesar 31,6%, responden yang memiliki Rp 2.001.000-Rp 3.000.000 sebanyak 55 atau sebesar 47,0%, responden yang memiliki >Rp 3.001.000 sebanyak 11 atau sebesar 9,40%.

Penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan responden rata-rata sebesar Rp 2.001.000-Rp 3.000.000.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Kualitas Data

a. Statistik Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan metode statistik yang menggambarkan subjek penelitian berdasarkan data penelitian. Hasil metode ini dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, mean (rata-rata), modus (nilai sering muncul), median (nilai tengah), dan lain-lain. Penghitungan skor penelitian menggunakan skala *likert* dengan ketentuan: apabila pernyataan dianggap sangat setuju (SS) maka 5 poin yang diberikan, apabila pernyataan dianggap setuju (S) maka 4 poin yang diberikan, apabila pernyataan dianggap netral (N) maka 3 poin yang diberikan, apabila pernyataan dianggap tidak setuju (TS) maka 2 poin yang diberikan, apabila pernyataan dianggap sangat tidak setuju (STS) maka 1 poin yang diberikan. Adapun hasil uji statistik deskriptif sebagai berikut:

1) Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga (X1)

Tabel 4.4

Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga (X1)

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
X1.1	SS (5)	19	16,2%	Mean: 3,67
	S (4)	50	42,7%	
	N (3)	38	32,5%	Median: 4,00
	TS (2)	10	8,5%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X1.2	SS (5)	19	16,2%	Mean: 3,59
	S (4)	47	40,2%	
	N (3)	35	29,9%	Median: 4,00
	TS (2)	16	13,7%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X1.3	SS (5)	17	14,5%	Mean: 3,69

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
	S (4)	56	47,9%	Median: 4,00 Modus: 4
	N (3)	35	29,9%	
	TS (2)	9	7,7%	
	STS (1)	0	0%	
	Total	117	100%	
X1.4	SS (5)	23	19,7%	Mean: 3,69 Median: 4,00 Modus: 4
	S (4)	46	39,3%	
	N (3)	37	31,6%	
	TS (2)	11	9,4%	
	STS (1)	0	0%	
	Total	117	100%	
X1.5	SS (5)	18	15,4%	Mean: 3,53 Median: 4,00 Modus: 4
	S (4)	43	36,8%	
	N (3)	39	33,3%	
	TS (2)	17	14,5%	
	STS (1)	0	0%	
	Total	117	100%	
X1.6	SS (5)	20	17,1%	Mean: 3,62 Median: 4,00 Modus: 4
	S (4)	48	41,0%	
	N (3)	34	29,1%	
	TS (2)	15	12,8%	
	STS (1)	0	0%	
	Total	117	100%	
X1.7	SS (5)	16	13,7%	Mean: 3,58 Median: 4,00 Modus: 4
	S (4)	50	42,7%	
	N (3)	37	31,6%	
	TS (2)	14	12,0%	
	STS (1)	0	0%	
	Total	117	100%	
X1.8	SS (5)	14	12,0%	Mean: 3,53 Median: 4,00 Modus: 4
	S (4)	47	40,2%	
	N (3)	44	37,6%	
	TS (2)	11	9,4%	
	STS (1)	1	0,9%	
	Total	117	100%	

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.4 menjelaskan distribusi kuesioner variabel harga dari 117 responden. Hasil perhitungan tersebut menjelaskan secara keseluruhan dari 8 item pernyataan variabel harga. Item pernyataan pertama (X1.1) adalah “Saya membeli perhiasan emas

dengan uang yang saya punya”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 19 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 16,2%, selanjutnya 50 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 42,7%, selanjutnya 38 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 32,5%, selanjutnya 10 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 8,5%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan pertama (X1.1) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,67, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kedua (X1.2) adalah “Saya memilih harga perhiasan emas dengan memilih penawaran harga yang paling murah”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 19 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 16,2%, selanjutnya 47 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 40,2%, selanjutnya 35 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 29,9%, selanjutnya 16 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 13,7%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kedua (X1.2) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,59, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan ketiga (X1.3) adalah “Menurut saya harga perhiasan emas bervariasi sesuai dengan kualitas produknya”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 17 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 14,5%, selanjutnya 56 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 47,9%, selanjutnya 35 orang memilih skor 3 yang berarti

Setuju (S) dengan persentase 29,9%, selanjutnya 9 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 7,7%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan ketiga (X1.3) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,69, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keempat (X1.4) adalah “Kualitas perhiasan emas yang saya beli sesuai dengan jumlah uang yang saya keluarkan”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 23 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 19,7%, selanjutnya 46 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 39,3%, selanjutnya 37 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 31,6%, selanjutnya 11 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 9,4%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keempat (X1.4) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,69, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kelima (X1.5) adalah “Harga perhiasan emas yang ditawarkan tergantung pada harga pasarnya”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 18 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 15,4%, selanjutnya 43 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 36,8%, selanjutnya 39 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 33,3%, selanjutnya 17 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 14,5%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kelima (X1.5) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,53,

kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keenam (X1.6) adalah “Harga perhiasan emas yang saya beli mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 20 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 17,1%, selanjutnya 48 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 41,0%, selanjutnya 34 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 29,1%, selanjutnya 15 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 12,8%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keenam (X1.6) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,62, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan ketujuh (X1.7) adalah “Harga perhiasan emas yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli saya”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 16 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 13,7%, selanjutnya 50 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 42,7%, selanjutnya 37 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 31,6%, selanjutnya 14 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 12,0%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan ketujuh (X1.7) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,58, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kedelapan (X1.8) adalah “Harga perhiasan emas yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 14 orang memilih skor 5

yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 12,0%, selanjutnya 47 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 40,2%, selanjutnya 44 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 37,6%, selanjutnya 11 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 9,4%, selanjutnya 1 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0,9%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kedelapan (X1.8) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,53, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

2) Hasil Uji Deskriptif Variabel Pendapatan (X2)

Tabel 4.5
Hasil Uji Deskriptif Variabel Pendapatan (X2)

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
X2.1	SS (5)	15	12,8%	Mean: 3,56 Median: 4,00 Modus: 4
	S (4)	53	45,3%	
	N (3)	33	28,2%	
	TS (2)	15	12,8%	
	STS (1)	1	0,9%	
	Total	117	100%	
X2.2	SS (5)	16	13,7%	Mean: 3,50 Median: 3,00 Modus: 3
	S (4)	42	35,9%	
	N (3)	45	38,5%	
	TS (2)	12	10,3%	
	STS (1)	2	1,7%	
	Total	117	100%	
X2.3	SS (5)	16	13,7%	Mean: 3,58 Median: 4,00 Modus: 4
	S (4)	52	44,4%	
	N (3)	34	29,1%	
	TS (2)	14	12,0%	
	STS (1)	1	0,9%	
	Total	117	100%	
X2.4	SS (5)	19	16,2%	Mean: 3,60 Median: 4,00
	S (4)	49	41,9%	
	N (3)	33	28,2%	
	TS (2)	15	12,8%	
	STS (1)	1	0,9%	
	Total	117	100%	

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
	Total	117	100%	Modus: 4
X2.5	SS (5)	18	15,4%	Mean: 3,46
	S (4)	37	31,6%	Median: 3,00
	N (3)	45	38,5%	
	TS (2)	15	12,8%	
	STS (1)	2	1,7%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X2.6	SS (5)	15	12,8%	Mean: 3,62
	S (4)	54	46,2%	Median: 4,00
	N (3)	36	30,8%	
	TS (2)	11	9,4%	
	STS (1)	1	0,9%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X2.7	SS (5)	17	14,5%	Mean: 3,61
	S (4)	47	40,2%	Median: 4,00
	N (3)	41	35,0%	
	TS (2)	12	10,3%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X2.8	SS (5)	19	16,2%	Mean: 3,59
	S (4)	49	41,9%	Median: 4,00
	N (3)	38	32,5%	
	TS (2)	11	9,4%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.5 menjelaskan distribusi kuesioner variabel pendapatan dari 117 responden. Hasil perhitungan tersebut menjelaskan secara keseluruhan dari 8 item pernyataan variabel pendapatan. Item pernyataan pertama (X2.1) adalah “Pendapatan yang saya peroleh selama satu bulan sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 15 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 12,8%, selanjutnya 53 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 45,3%, selanjutnya 33 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 28,2%, selanjutnya 15 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan

persentase 12,8%, selanjutnya 1 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0,9%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan pertama (X2.1) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,56, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kedua (X2.2) adalah “Saya menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk ditabung”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 16 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 13,2%, selanjutnya 42 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 35,9%, selanjutnya 45 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 38,5%, selanjutnya 12 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 10,3%, selanjutnya 2 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 1,7%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kedua (X2.2) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,50, kemudian nilai tengah (median) sebesar 3,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 3.

Item pernyataan ketiga (X2.3) adalah “Saya berkerja untuk membantu suami”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 16 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 13,7%, selanjutnya 52 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 44,4%, selanjutnya 34 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 29,1%, selanjutnya 14 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 12,0%, selanjutnya 1 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0,9%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan ketiga (X2.3) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,58, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keempat (X2.4) adalah “Saya mempunyai penghasilan tambahan”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 19 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 16,2%, selanjutnya 49 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 41,9%, selanjutnya 33 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 28,2%, selanjutnya 15 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 12,8%, selanjutnya 1 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0,9%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keempat (X2.4) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,60, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kelima (X2.5) adalah “Saya memiliki anggaran biaya untuk anak sekolah”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 18 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 15,4%, selanjutnya 37 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 31,6%, selanjutnya 45 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 38,5%, selanjutnya 15 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 12,8%, selanjutnya 2 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 1,7%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kelima (X2.5) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,46, kemudian nilai tengah (median) sebesar 3,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keenam (X2.6) adalah “Saya menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk biaya sekolah”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 15 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 12,8%, selanjutnya 54 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan

persentase 46,2%, selanjutnya 36 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 30,8%, selanjutnya 11 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 9,4%, selanjutnya 1 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0,9%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keenam (X2.6) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,62, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan ketujuh (X2.7) adalah “Pendapatan yang saya peroleh dapat mengurangi beban ekonomi keluarga”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 17 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 14,5%, selanjutnya 47 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 40,2%, selanjutnya 41 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 35,0%, selanjutnya 12 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 10,3%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan ketujuh (X2.7) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,61, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kedelapan (X2.8) adalah “Pendapatan yang saya peroleh untuk membantu memperbaiki taraf hidup keluarga”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 19 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 16,2%, selanjutnya 49 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 41,9%, selanjutnya 38 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 32,5%, selanjutnya 11 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 9,4%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan

kedelapan (X2.8) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,59, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

3) Hasil Uji Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X3)

Tabel 4.6

Hasil Uji Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X3)

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
X3.1	SS (5)	18	15,4%	Mean: 3,53
	S (4)	42	35,9%	
	N (3)	43	36,8%	Median: 4,00
	TS (2)	12	10,3%	
	STS (1)	2	1,7%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X3.2	SS (5)	17	14,5%	Mean: 3,51
	S (4)	42	35,9%	
	N (3)	44	37,6%	Median: 4,00
	TS (2)	12	10,3%	
	STS (1)	2	1,7%	Modus: 3
	Total	117	100%	
X3.3	SS (5)	21	17,9%	Mean: 3,65
	S (4)	45	38,5%	
	N (3)	40	34,2%	Median: 4,00
	TS (2)	11	9,4%	
	STS (1)	11	9,4%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X3.4	SS (5)	10	8,5%	Mean: 3,54
	S (4)	60	51,3%	
	N (3)	30	25,6%	Median: 4,00
	TS (2)	17	14,5%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X3.5	SS (5)	21	17,9%	Mean: 3,60
	S (4)	43	36,8%	
	N (3)	38	32,5%	Median: 4,00
	TS (2)	15	12,8%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
X3.6	SS (5)	25	21,4%	Mean: 3,79
	S (4)	53	45,3%	
	N (3)	29	24,8%	

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
	TS (2)	10	8,5%	Median: 4,00
	STS (1)	0	0%	
	Total	117	100%	Modus: 4

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.6 menjelaskan distribusi kuesioner variabel gaya hidup dari 117 responden. Hasil perhitungan tersebut menjelaskan secara keseluruhan dari 6 item pernyataan variabel gaya hidup. Item pernyataan pertama (X3.1) adalah “Saya membeli perhiasan emas sebagai sarana investasi”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 18 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 15,4%, selanjutnya 42 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 35,9%, selanjutnya 43 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 36,8%, selanjutnya 12 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 10,3%, selanjutnya 2 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 1,7%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan pertama (X3.1) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,53, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 3.

Item pernyataan kedua (X3.2) adalah “Saya membeli perhiasan emas ketika memiliki sisa pendapatan lebih”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 17 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 14,5%, selanjutnya 42 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 35,9%, selanjutnya 44 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 37,6%, selanjutnya 12 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 10,3%, selanjutnya 2 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju

(STS) dengan persentase 1,7%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kedua (X3.2) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,51, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 3.

Item pernyataan ketiga (X3.3) adalah “Saya membeli perhiasan emas karena menyukainya”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 21 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 17,9%, selanjutnya 45 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 38,5%, selanjutnya 40 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 34,2%, selanjutnya 11 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 9,4%, selanjutnya 11 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 9,4%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan ketiga (X3.1) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,65, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keempat (X3.4) adalah “Saya membeli perhiasan emas karena sesuai dengan keinginan harga dan modelnya yang menarik”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 10 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 8,5%, selanjutnya 60 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 51,3%, selanjutnya 30 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 25,6%, selanjutnya 17 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 14,5%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keempat (X3.4) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,54, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kelima (X3.5) adalah “Menurut saya, perhiasan emas memiliki nilai investasi”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 21 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 17,9%, selanjutnya 43 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 36,8%, selanjutnya 38 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 32,5%, selanjutnya 15 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 12,8%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kelima (X3.5) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,60, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keenam (X3.6) adalah “Menurut saya, perhiasan emas juga dianggap memiliki lambang kesejahteraan”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 25 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 21,4%, selanjutnya 53 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 45,3%, selanjutnya 29 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 24,8%, selanjutnya 10 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 8,5%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keenam (X3.6) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,79, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

4) Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.7

Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
Y1	SS (5)	20	17,1%	Mean: 3,87
	S (4)	66	56,4%	
	N (3)	27	23,1%	Median: 4,00
	TS (2)	4	3,4%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
Y2	SS (5)	27	23,1%	Mean: 3,85
	S (4)	52	44,4%	
	N (3)	32	27,4%	Median: 4,00
	TS (2)	6	5,1%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
Y3	SS (5)	23	19,7%	Mean: 3,88
	S (4)	62	53,0%	
	N (3)	27	23,1%	Median: 4,00
	TS (2)	5	4,3%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
Y4	SS (5)	26	22,2%	Mean: 3,90
	S (4)	57	48,7%	
	N (3)	30	25,6%	Median: 4,00
	TS (2)	4	3,4%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
Y5	SS (5)	25	21,4%	Mean: 3,85
	S (4)	55	47,0%	
	N (3)	31	26,5%	Median: 4,00
	TS (2)	6	5,1%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
Y6	SS (5)	19	16,2%	Mean: 3,72
	S (4)	50	42,7%	
	N (3)	44	37,6%	Median: 4,00
	TS (2)	4	3,4%	
	STS (1)	0	0%	Modus: 4
	Total	117	100%	
Y7	SS (5)	21	17,9%	Mean: 3,91
	S (4)	67	57,3%	

Pernyataan	Skala Likert	Jumlah	Persentase	Nilai Pusat
	N (3)	27	23,1%	Median: 4,00 Modus: 4
	TS (2)	2	1,7%	
	STS (1)	0	0%	
	Total	117	100%	

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.7 menjelaskan distribusi kuesioner variabel keputusan pembelian dari 117 responden. Hasil perhitungan tersebut menjelaskan secara keseluruhan dari 7 item pernyataan variabel keputusan pembelian. Item pernyataan pertama (Y1) adalah “Saya membeli perhiasan emas karena keinginan diri sendiri”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 20 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 17,1%, selanjutnya 66 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 56,4%, selanjutnya 27 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 23,1%, selanjutnya 4 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 3,4%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan pertama (Y1) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,87, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kedua (Y2) adalah “Saya membeli perhiasan emas karena dapat dijual kembali”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 27 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 23,1%, selanjutnya 52 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 44,4%, selanjutnya 32 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 27,4%, selanjutnya 6 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 5,1%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan

persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kedua (Y2) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,85, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan ketiga (Y3) adalah “Saya memutuskan membeli perhiasan emas berdasarkan pertimbangan yang telah saya tentukan”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 23 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 19,7%, selanjutnya 62 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 53,0%, selanjutnya 27 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 23,1%, selanjutnya 5 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 4,3%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan ketiga (Y3) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,88, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keempat (Y4) adalah “Saya yakin akan keputusan saya membeli perhiasan emas karena manfaat yang dimiliki produk tersebut”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 26 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 22,2%, selanjutnya 57 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 48,7%, selanjutnya 30 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 25,6%, selanjutnya 4 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 3,4%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keempat (Y4) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,90, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan kelima (Y5) adalah “Kebiasaan saya selain menabung dalam bentuk uang tunai yaitu dengan membelikannya perhiasan emas”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 25 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 21,4%, selanjutnya 55 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 47,0%, selanjutnya 31 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 26,5%, selanjutnya 6 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 5,1%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan kelima (Y5) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,85, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan keenam (Y6) adalah “Saya membeli perhiasan emas karena dapat meningkatkan status sosial saya”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 19 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 16,2%, selanjutnya 50 orang memilih skor 4 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 42,7%, selanjutnya 44 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 37,6%, selanjutnya 4 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 3,4%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan keenam (Y6) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,72, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

Item pernyataan ketujuh (Y7) adalah “Saya memutuskan membeli perhiasan emas karena sebagai cara menyimpan uang yang paling aman”. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa 21 orang memilih skor 5 yang berarti Sangat Setuju (SS) dengan persentase sebesar 17,9%, selanjutnya 67 orang memilih skor 4 yang berarti

Setuju (S) dengan persentase 57,3%, selanjutnya 27 orang memilih skor 3 yang berarti Setuju (S) dengan persentase 23,1%, selanjutnya 2 orang memilih skor 2 yang berarti Tidak Setuju (TS) dengan persentase 1,7%, selanjutnya 0 orang memilih skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju (STS) dengan persentase 0%. Berikutnya nilai pusat item pernyataan ketujuh (Y7) menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,91, kemudian nilai tengah (median) sebesar 4,00, dan nilai sering muncul (modus) sebesar 4.

b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur layak atau tidaknya suatu pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian. Uji validitas dilakukan dengan melihat hasil analisis dari korelasi *pearson* melalui program *SPSS* versi 25. Data penelitian dikatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Jumlah data penelitian adalah 117; $df = n-2 = 117-2 = 115$; tingkat signifikansi 0,05, sehingga nilai $r\text{-tabel} = 0,1816$.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Item	r-hitung	Keterangan
X1.1	0,842	Valid
X1.2	0,880	Valid
X1.3	0,844	Valid
X1.4	0,839	Valid
X1.5	0,882	Valid
X1.6	0,873	Valid
X1.7	0,727	Valid
X1.8	0,688	Valid

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.8 menunjukkan hasil pengujian validitas masing-masing item pernyataan kuesioner variabel harga. Dapat diketahui bahwa syarat terjadinya valid adalah $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka masing-masing pernyataan variabel harga tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X2)

Item	r-hitung	Keterangan
X2.1	0,811	Valid
X2.2	0,746	Valid
X2.3	0,823	Valid
X2.4	0,779	Valid
X2.5	0,734	Valid
X2.6	0,670	Valid
X2.7	0,744	Valid
X2.8	0,728	Valid

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.9 menunjukkan hasil pengujian validitas masing-masing item pernyataan kuesioner variabel pendapatan. Dapat diketahui bahwa syarat terjadinya valid adalah $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka masing-masing pernyataan variabel pendapatan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X3)

Item	r-hitung	Keterangan
X3.1	0,801	Valid
X3.2	0,791	Valid
X3.3	0,727	Valid
X3.4	0,754	Valid
X3.5	0,819	Valid
X3.6	0,708	Valid

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.10 menunjukkan hasil pengujian validitas masing-masing item pernyataan kuesioner variabel gaya hidup. Dapat diketahui bahwa syarat terjadinya valid adalah $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka masing-masing pernyataan variabel gaya hidup tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	r-hitung	Keterangan
Y1	0,667	Valid
Y2	0,812	Valid
Y3	0,752	Valid
Y4	0,686	Valid
Y5	0,798	Valid
Y6	0,772	Valid
Y7	0,648	Valid

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.11 menunjukkan hasil pengujian validitas masing-masing item pernyataan kuesioner variabel keputusan pembelian. Dapat diketahui bahwa syarat terjadinya valid adalah $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka masing-masing pernyataan variabel keputusan pembelian tersebut dikatakan valid.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban kuesioner penelitian. Data penelitian dapat dikatakan reliabel apabila objek penelitian pada waktu yang berbeda tetap menghasilkan data yang sama, atau apabila data penelitian dibagi menjadi dua hasilnya tetap sama. Kriteria dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ taraf signifikan. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan 0,60.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

No	Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Harga (X1)	0,932	Reliabel
2.	Pendapatan (X2)	0,892	Reliabel
3.	Gaya Hidup (X3)	0,860	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,872	Reliabel

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.12 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing item pernyataan variabel penelitian. Adapun nilai uji yang dihasilkan *cronbach's alpha* pada variabel harga adalah 0,932 yang artinya reliabel. Nilai uji yang dihasilkan *cronbach's alpha* pada variabel pendapatan adalah 0,892 yang artinya reliabel. Nilai uji yang dihasilkan *cronbach's alpha* pada variabel gaya hidup adalah 0,860 yang artinya reliabel. Nilai uji yang dihasilkan *cronbach's alpha* pada variabel keputusan pembelian adalah 0,872 yang artinya reliabel.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji data yang dilakukan pada model regresi untuk memastikan data telah berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas yang dilakukan yaitu dengan *Kolmogorov-smirnov*. Ketentuan data penelitian dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Data penelitian dikatakan tidak normal apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		117
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.71549582
Most Extreme Differences	Absolute	0.070
	Positive	0.070
	Negative	-0.066
Test Statistic		0.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^{c,d}

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Hasil tabel 4.13 menunjukkan hasil pengujian

normalitas yaitu dengan nilai signifikansi 0,200.

Berdasarkan ketentuan uji normalitas, maka data penelitian tersebut dikatakan normal karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat tingkat korelasi yang terjadi pada variabel bebas penelitian. Cara mengetahui terjadi atau tidaknya multikolinieritas adalah pada nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Adapun syarat data dikatakan bebas dari multikolinieritas adalah ketika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,337	2,971	Bebas multikolinieritas
Pendapatan (X2)	0,482	2,075	Bebas multikolinieritas
Gaya Hidup (X3)	0,343	2,913	Bebas multikolinieritas

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.14 di atas menunjukkan hasil uji multikolinieritas pada masing-masing variabel penelitian. Uji variabel harga (X1) menghasilkan nilai *tolerance* $0,337 > 0,10$ dan nilai VIF $2,971 < 10$. Uji variabel pendapatan (X2) menghasilkan nilai *tolerance* $0,482 > 0,10$ dan nilai VIF $2,075 < 10$. Uji variabel gaya hidup (X3) menghasilkan nilai *tolerance* $0,343 > 0,10$ dan nilai VIF $2,913 < 10$. Berdasarkan hasil nilai *tolerance* dan nilai VIF tersebut maka masing-masing variabel dikatakan bebas multikolinieritas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat perbedaan *variance residual* masing-masing dari pengamatan.

hitung < t-tabel maka dikatakan variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.16
Hasil Uji t (parsial)

Variabel	t-hitung	Nilai Signifikansi	Keterangan
Harga (X1)	3,145	0,002	Berpengaruh
Pendapatan (X2)	6,174	0,000	Berpengaruh
Gaya Hidup (X3)	6,051	0,000	Berpengaruh

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

1. Uji hipotesis pertama (H_1)

Uji hipotesis pertama dilakukan pada variabel harga yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 3,145 lebih besar dari nilai t-tabel 1,981 dan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis harga secara individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Uji hipotesis kedua (H_2)

Uji hipotesis kedua dilakukan pada variabel pendapatan yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 6,174 lebih besar dari nilai t-tabel 1,981 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis pendapatan secara individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Uji hipotesis ketiga (H_3)

Uji hipotesis ketiga dilakukan pada variabel gaya hidup yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 6,051 lebih besar dari nilai t-tabel 1,981 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis

pendapatan secara individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar secara bersama-sama pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria uji F adalah, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai F-hitung $> F$ -tabel maka dikatakan terdapat pengaruh bersama-sama variabel X terhadap variabel Y. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau F-hitung $< F$ -tabel maka dikatakan tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 4.17
Hasil Uji F (simultan)

Variabel	F-hitung	Nilai Signifikansi	Keterangan
Harga (X1) Pendapatan (X2) Gaya Hidup (X3)	164,025	0,000	Berpengaruh

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.17 di atas menunjukkan hasil uji hipotesis variabel harga (X1), pendapatan (X2), dan gaya hidup (X3) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan perolehan nilai F-hitung sebesar $164,025 > F$ -tabel 2,45 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel harga (X1), pendapatan (X2), dan gaya hidup (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

3) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode yang digunakan dalam suatu penelitian yang memiliki variabel bebas lebih dari satu. Adapun variabel bebas yang diuji adalah harga, pendapatan, dan gaya hidup. Dijelaskan hasil analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.18
Uji Persamaan Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.431	0.942		6.823	0.000
	Harga	0.151	0.048	0.220	3.145	0.002
	Pendapatan	0.262	0.043	0.360	6.147	0.000
	Gaya Hidup	0.402	0.067	0.420	6.051	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.18 di atas menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 6,431 + 0,151X_1 + 0,262X_2 + 0,402X_3 + \epsilon$$

Berikut adalah penjelasan hasil persamaan regresi linear berganda:

- a) Persamaan di atas memperoleh nilai konstanta sebesar 6,431, artinya jika skor harga, pendapatan, dan gaya hidup sebesar 0, maka nilai keputusan pembelian sebesar 6,431.
- b) Nilai koefisien regresi harga (X1) sebesar 0,151 hal tersebut menunjukkan hasil yang positif bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika harga naik satu satuan maka dengan asumsi variabel lain tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,151.
- c) Nilai koefisien regresi pendapatan (X2) sebesar 0,262 hal tersebut menunjukkan hasil yang positif bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika pendapatan naik satu

satuan maka dengan asumsi variabel lain tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,262.

- d) Nilai koefisien regresi gaya hidup (X_3) sebesar 0,402 hal tersebut menunjukkan hasil yang positif bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika gaya hidup naik satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,402.

4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan uji yang dipakai untuk menjelaskan perubahan variabel terikat atas pengaruh variabel bebas. Dalam regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel bebas maka menggunakan nilai *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi. Berikut hasilnya:

Tabel 4.19

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.902 ^a	0.813	0.808	1.738

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Pendapatan, Harga

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.19 di atas menunjukkan hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,808 artinya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 80,8%, sisanya sebesar 19,2% dijelaskan oleh faktor lain selain variabel bebas yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Variabel harga memiliki beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur suatu penelitian. Pertama, keterjangkauan harga menjelaskan tentang membeli perhiasan emas sesuai uang yang dimiliki dan memilih penawaran harga yang paling murah. Kedua, kesesuaian harga dengan kualitas produk menjelaskan tentang harga yang bervariasi sesuai dengan kualitas produknya dan kualitas produk yang dibeli sesuai dengan jumlah uang yang dikeluarkan. Ketiga, daya saing harga menjelaskan tentang penawaran harga sesuai dengan harga pasarnya dan harga produk dapat bersaing dengan produk yang sejenis. Penjelasan beberapa indikator tersebut dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis hubungan harga terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Sebagaimana dijelaskan dalam uji hipotesis parsial (t) variabel harga memiliki nilai t-hitung sebesar 3,145 sedangkan t-tabel sebesar 1,981 yang berarti $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,145 > 1,981$) dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Pengujian hipotesis tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis harga diterima dan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong yang menyatakan bahwa harga adalah penukaran harta dengan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang kemudian seseorang dapat merasakan manfaatnya. Dalam memilih harga produk, konsumen akan

selektif dengan berbagai macam pertimbangan untuk mendapatkan harga yang sesuai dengan daya beli dan manfaat yang diharapkan.⁷⁶

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Zulva Nur Fadillah, Eny Kustiyah, dan Sudarwati. Hasil penelitian tersebut adalah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian emas.⁷⁷

2. Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Variabel pendapatan memiliki beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur suatu penelitian. Pertama, pendapatan yang diterima perbulan menjelaskan pendapatan yang diterima dalam satu bulan dapat memenuhi kebutuhannya dan sebagian pendapatannya ditabung. Kedua, pekerjaan menjelaskan bekerja untuk membantu suami dan memiliki penghasilan tambahan. Ketiga, anggaran biaya sekolah menjelaskan memiliki biaya untuk anak sekolah dan menyisihkan sebagian pendapatan untuk anak sekolah. Keempat, beban keluarga yang ditanggung menjelaskan hasil pendapatannya dapat mengurangi beban ekonomi keluarga dan hasil pendapatannya dapat memperbaiki taraf hidup keluarga. Penjelasan beberapa indikator tersebut dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis hubungan pendapatan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Sebagaimana dijelaskan dalam uji hipotesis parsial (t) variabel pendapatan memiliki nilai t-hitung sebesar 6,174 sedangkan t-tabel sebesar 1,981 yang berarti $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($6,174 > 1,981$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Pengujian hipotesis tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis pendapatan diterima dan terdapat pengaruh positif dan

⁷⁶ Afrida Pratiwi, "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 has.ac.id Mart Cikaret," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no.2 (2019): 154.

⁷⁷ Fadillah et. al., *Analisa Lokasi*, 267.

signifikan variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen oleh Rudy Irwansyah yaitu pendapatan sangat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.⁷⁸ Mayoritas responden yang memperoleh pendapatan tinggi cenderung melakukan pembelian emas. Mereka mengatakan bahwa sebagian pendapatan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan sebagian dibelanjakan dalam bentuk emas yang digunakan sebagai cadangan keuangan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Ainun Ma'rifa. Hasil penelitian tersebut adalah pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian tersebut memiliki perbedaan dalam objek penelitiannya, namun memiliki kesimpulan yang sama bahwa pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁷⁹

3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Variabel gaya hidup memiliki beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur suatu penelitian. Pertama, aktivitas menjelaskan tentang sebagai sarana investasi dan melakukan pembelian ketika mempunyai sisa pendapatan. Kedua, minat menjelaskan tentang membeli emas karena suka dan membeli emas karena harga dan modelnya. Ketiga, opini menjelaskan tentang emas memiliki nilai investasi dan emas memiliki lambang kesejahteraan.

Sebagaimana dijelaskan dalam uji hipotesis parsial (t) variabel gaya hidup memiliki nilai t-hitung sebesar 6,051 sedangkan t-tabel sebesar 1,981 yang berarti $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($6,051 > 1,981$) dengan nilai

⁷⁸ Irwansyah, *Perilaku Konsumen*, et. al., 112.

⁷⁹ Ma'rifa, *Pengaruh Pendapatan dan Harga*, 69-70.

signifikan $0,000 < 0,05$. Pengujian hipotesis tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis gaya hidup diterima dan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori weber yaitu gaya hidup memiliki kaitan yang erat dalam pembelian perhiasan emas.⁸⁰ Mayoritas responden cenderung akan menuruti keinginannya ketika memiliki penghasilan. Bagi responden perhiasan dianggap lambang kesejahteraan. Beberapa responden mengatakan bahwa membeli emas karena menyukainya, sebagai investasi cadangan keuangan, dan dapat meningkatkan percaya diri dalam berpenampilan. Dalam hal ini, alasan terkuat responden membeli emas karena mereka ingin menggunakannya, dengan kata lain mereka bisa saja membeli emas batangan yang hanya digunakan sebagai investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Rifa Ulviani dan Tedi Pitri. Hasil penelitian tersebut adalah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian emas.⁸¹

4. Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi Secara Simultan.

Variabel keputusan pembelian memiliki beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur suatu penelitian. Adapun indikator tersebut terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal menjelaskan tentang motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Faktor eksternal menjelaskan tentang budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok. Penjelasan beberapa indikator

⁸⁰ Rahmania, *Hubungan Gaya*, 656.

⁸¹ Ulviani dan Pitri, *Pengaruh Persepsi*, 16.

tersebut dapat memudahkan peneliti dalam mengetahui hubungan harga, pendapatan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Sebagaimana dijelaskan dalam uji hipotesis simultan (F) memiliki nilai F-hitung sebesar 164,025 sedangkan F-tabel sebesar 2,45 yang berarti $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($164,025 > 2,45$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Pengujian hipotesis tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis harga, pendapatan, dan gaya hidup diterima. Hasil data tersebut disimpulkan bahwa harga, pendapatan, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Diketahui besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,808 artinya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 80,8%, sisanya sebesar 19,2% dijelaskan oleh faktor lain selain variabel bebas yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya meskipun variabel independen tidak sama secara keseluruhan, akan tetapi secara simultan faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian perhiasan emas. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Zulva Nur Fadillah, Eny Kustiyah, dan Sudarwati yang membuktikan bahwa secara Bersama-sama harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian emas.⁸² Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ainun Ma'rifa membuktikan bahwa secara bersama-sama pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian emas.⁸³ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rifa Ulviani dan Tedi Pitri membuktikan bahwa

⁸² Fadillah et. al., *Analisa Lokasi*, 266.

⁸³ Ma'rifa, *Pengaruh Pendapatan dan Harga*, 72-73.

secara bersama-sama gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian emas.⁸⁴



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁸⁴ Ulviani dan Pitri, *Pengaruh Persepsi*, 17.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen sehingga peneliti mengetahui keterkaitan antar variabel tersebut. Adapun variabel independen yang diuji adalah harga, pendapatan dan gaya hidup. Sedangkan variabel dependen yang diuji adalah keputusan pembelian. Penjelasan tersebut memiliki arti penelitian yang menguji harga, pendapatan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar sehingga memperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis parsial (t) variabel harga yang menggunakan SPSS 25 adalah t-hitung sebesar $3,145 > t\text{-tabel } 1,981$ dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
2. Hasil uji hipotesis parsial (t) variabel pendapatan yang menggunakan SPSS 25 adalah t-hitung sebesar $6,174 > t\text{-tabel } 1,981$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.
3. Hasil uji hipotesis parsial (t) variabel gaya hidup yang menggunakan SPSS 25 adalah t-hitung sebesar $6,051 > t\text{-tabel } 1,981$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

4. Hasil uji hipotesis simultan (F) yang menggunakan SPSS 25 adalah F-hitung sebesar $164,025 > F\text{-tabel } 2,45$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya toko emas memberikan penawaran harga yang sesuai dengan daya beli konsumen
2. Sebaiknya toko emas dapat meningkatkan kualitas produk yang menyesuaikan pendapatan konsumen
3. Sebaiknya toko emas lebih memperhatikan perilaku konsumen yang berkaitan dengan gaya hidup



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Al-Qur'an, Tim Penyempurnaan Terjemahan. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 11-20*. Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

Arifah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Intenasional, 2022.

Bastian, Indra. *Manajemen Keuangan Publik*. Yogyakarta: Andi Offset, 2020.

Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Jakarta: Guepedia, 2021.

Dauli, Nikolas. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Fatihudin, Didin. *Merencanakan Keuangan untuk Investasi di Pasar Modal, Pasar Uang, dan Valas*. Surabaya: UM Surabaya Publishing, 2017.

Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau: Dotplus Publisher, 2021.

Irwansyah, Rudy. *Perilaku Konsumen*, et. al. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2019.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.

Siyoto, Sandu dan Solik, Muhammad Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

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

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021.

Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*.

JURNAL DAN SKRIPSI

Aini, Alifia Nur. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." Dalam Seminar Nasional, et. al., 57-62. Hubisintek: Universitas Duta Bangsa, 2021.

Aprila, Bord Nandre dan Marnis. "Analisis Pengaruh *Lifestyle Marketing* Terhadap Keputusan dan Kepuasan Pembelian Perhiasan Emas Di Kota Pekan Baru." *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* 12, no.1 (2020): 41-59.

Ardita, Risa. "Analisis Pengaruh Produk Harga Dan Promosi Dalam Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Emas Pada Pt Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Unit Pelayanan Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung" Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

Azis, Abdul. "Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Kecamatan Tamalate Kota Makassar." Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018.

Fadillah, Zulva Nur. "Analisa Lokasi, Desain Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Emas Kausar Solo." *Edunomika* 3, no.2 et. al. (2019): 263-268.

Fajirin, Fauzan Bahamarianto. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif Di Surabaya)." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no.2 (2022), 157-167.

Fitria Suryaningasih, "Pengaruh Promosi, Motivasi, Dan Digitalisasi Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas di Pegadaian UPC Ajibarang." Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddinzuhrri Purwokerto, 2021.

Fitriani, Rini. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Toko Emas Budi Banjaran." Skripsi, Politeknik Harapan Bersama, 2021.

Gunarsih, Cindy Magdalena. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang." *Productivity* 2, no.2, et. al. (2021): 69-72.

Irfansyah, Fikri. "Pengaruh Gaya Hidup Islami dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2018-2019." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no.1 (2022), 44-53.

Kartika, Indri. "Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kesadaran sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Muzakki di Baznas Salatiga." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)* 6 no.1 (2020), 42-52.

Kholida, Syahisti. "Pengaruh Pendapatan Konsumen, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021.

Laksono, Dhimas D. dan Iskandar, Donant A. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 3, no.2 (2018), 156-163.

Ma'rifa, Ainun. "Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2021.

Manalu, Darma dan Roshinta, Johanna. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan," *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik* 2, no.2 (Desember 2021): 173-189.

Muriani, "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Kantor Pegadaian Di Kabupaten Enrekang." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar, 2021.

Muslimin, Supriadi. "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam," *Jurnal of Islamic Economics* 2, no.3 et. al. (2020), 1-11.

Ndraha, Jenifer F. "Gambaran Gaya Hidup Dan Pembentukan Identitas Diri Remaja Yang Senang Mengunjungi Kafe." *Jurnal Selaras* 4, no.2 (2021), 109-120.

Neisia, Tembesi Citra. "Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no.3 (2018), 35-43.

Norbaiti. "Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi-Xpander Pada PT Sumber Berlian Motors Banjarmasin." *Jurnal Spread* 8, no.1 (2018), 52-60.

Nur, Qadavi Ridwan. "Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Perceived Value* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Coffee Shop Di Kota Medan)." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2021.

Pratiwi, Afrida. "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no.2 et.al. (2019): 150-159.

- Rahmania, Nabila Afiah. "Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Wanita di Toko Emas Sumenep, Madura." Dalam Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan, 651-660. 2021.
- Risnawati. "Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam (Studi Di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2021.
- Sari dan Prihartono. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmiah MEA* 5, no.3 (2021), 1171-1174.
- Sari, Rissa Mustika dan Prihartono. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)." *Jurnal Ilmiah MEA (JIMEA)* 5, no.3 (2021), 1171-1184.
- Syarifah, Ani. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10, no.1 (2020): 1-8.
- Ulfa, Maria. "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Ulviani, Rifa dan Pitri, Tedi. "Pengaruh Persepsi, Konsep Diri, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perhiasan Di Toko Emas Pulau Indah," *Jurnal Mahasiswa Manajemen* 4, no.2 (2021), 1-18.
- Yunus, Nurul Yusna. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Manado, 2021.

WAWANCARA

- Eny dan Restiati, Istri nelayan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pondok Layar, diwawancarai oleh Fatya Azzahrah, Banyuwangi, 13 November 2022.
- Fitriyani dan Yanti, Istri nelayan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pantai Marina, diwawancarai oleh Fatya Azzahrah, Banyuwangi, 13 November 2022.
- Slamet Hariyanto, Ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) Pondok Layar, diwawancarai oleh Fatya Azzahrah, Banyuwangi, 12 November 2022.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : *Matrik Penelitian*

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.	<p>Harga (X1)</p> <p>Pendapatan (X2)</p> <p>Gaya Hidup (X3)</p>	<p>1. Keterjangkauan harga</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>3. Daya saing harga</p> <p>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</p> <p>1. Pendapatan yang diterima perbulan</p> <p>2. Pekerjaan</p> <p>3. Anggaran biaya sekolah</p> <p>4. Beban keluarga yang ditanggung</p> <p>1. Aktivitas</p> <p>2. Minat</p> <p>3. Opini</p>	Data primer, yaitu: kuesioner	<p>1. Penelitian pendekatan kuantitatif</p> <p>2. Jenis penelitian deskriptif</p> <p>3. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>.</p> <p>4. Analisis data:</p> <p>a. Uji Kualitas Data</p> <p>b. Uji Asumsi Klasik</p> <p>c. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?</p> <p>2. Apakah pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?</p> <p>3. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian</p>	<p>1. H1 : variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.</p> <p>2. H2 : variabel pendapatan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.</p>



Keputusan Pembelian (Y)

- 1. Faktor Internal
 - a. Motivasi
 - b. Persepsi
 - c. Pembelajaran
 - d. Keyakinan dan Sikap
- 2. Faktor Eskternal
 - a. Budaya
 - b. Kelas sosial
 - c. Keanggotaan dalam suatu kelompok

perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?

4. Apakah harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi?

3. H3 : variabel gaya hidup berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian emas pada oleh masyarakat Kecamatan Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

4. H4 : variabel harga, pendapatan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian emas pada oleh masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi.

Lampiran 2 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah:

Nama : Fatya Azzahrah
NIM : E20192117
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi”**, secara keseluruhan adalah hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun.

Jember, 11 November 2022

Saya yang menyatakan



Fatya Azzahrah

NIM. E20192117

UNIVERSITAS ISLAMIAH GRI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara
Di Tempat.
Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang merupakan salah syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember dengan judul “Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi”.

Oleh karena itu saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian saya.

Demikian atas perhatian dan kesediaannya untuk meluangkan waktunya, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Fatya Azzahrah
NIM. E20192117

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

DATA RESPONDEN :

1. Nama :
2. Usia :
3. Pekerjaan :
4. Pendapatan : Rp 500.000-Rp 1.000.000 Rp 1.001.000-Rp 2.000.000
 Rp 2.001.000-Rp 3.000.000 > Rp 3.001.000

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah masing-masing pertanyaan di bawah ini sesuai dengan penilaian Saudara
2. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternative jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia dan berilah alasan dari jawaban yang Saudara pilih.
3. Keterangan jawaban sebagai berikut:
Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
Tidak Setuju (TS) = 2
Netral (N) = 3
Setuju (S) = 4
Sangat Setuju (SS) = 5

DAFTAR PERNYATAAN

1. Harga (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Keterjangkauan Harga						
1.	Saya membeli perhiasan emas dengan uang yang saya punya					
2.	Saya memilih harga perhiasan emas dengan memilih penawaran harga yang paling murah					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
1.	Menurut saya harga perhiasan emas bervariasi sesuai dengan kualitas produknya					
2.	Kualitas perhiasan emas yang saya beli sesuai dengan jumlah uang yang saya keluarkan					
Daya saing harga						
1.	Harga perhiasan emas yang ditawarkan tergantung pada harga pasarnya					
2.	Harga perhiasan emas yang saya beli mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
1.	Harga perhiasan emas yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli saya					
2.	Harga perhiasan emas yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

2. Pendapatan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Pendapatan yang diterima perbulan						
1.	Pendapatan yang saya peroleh selama satu bulan sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari					

2.	Saya menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk ditabung					
Pekerjaan						
1.	Saya berkerja untuk membantu suami					
2.	Saya mempunyai penghasilan tambahan					
Anggaran biaya sekolah						
1.	Saya memiliki anggaran biaya untuk anak sekolah					
2.	Saya menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk biaya sekolah					
Beban keluarga yang ditanggung						
1.	Pendapatan yang saya peroleh dapat mengurangi beban ekonomi keluarga					
2.	Pendapatan yang saya peroleh untuk membantu memperbaiki taraf hidup keluarga					

3. Gaya Hidup (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Aktivitas						
1.	Saya membeli perhiasan emas sebagai sarana investasi					
2.	Saya membeli perhiasan emas ketika memiliki sisa pendapatan lebih					
Minat						
1.	Saya membeli perhiasan emas karena menyukainya					
2.	Saya membeli perhiasan emas karena sesuai dengan keinginan harga dan modelnya yang menarik					
Opini						
1.	Menurut saya, perhiasan emas memiliki nilai investasi					
2.	Menurut saya, perhiasan emas juga dianggap memiliki lambang kesejahteraan					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Faktor Internal						
1.	Saya membeli perhiasan emas karena keinginan diri sendiri					
2.	Saya membeli perhiasan emas karena dapat dijual kembali					

3.	Saya memutuskan membeli perhiasan emas berdasarkan pertimbangan yang telah saya tentukan					
4.	Saya yakin akan keputusan saya membeli perhiasan emas karena manfaat yang dimiliki produk tersebut					
Faktor Eksternal						
1.	Kebiasaan saya selain menabung dalam bentuk uang tunai yaitu dengan membelikannya perhiasan emas					
2.	Saya membeli perhiasan emas karena dapat meningkatkan status sosial saya					
3.	Saya memutuskan membeli perhiasan emas karena sebagai cara menyimpan uang yang paling aman					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 5 : Surat Keterangan Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saiful Muniri S.Ap
Jabatan : Sekretaris Kelurahan Kampung Mandar
Kabupaten Banyuwangi

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fatya Azzahrah
NIM : E20192117
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Telah menyelesaikan penelitian dari tanggal 11 November 2022 sampai dengan 22 November 2022, dalam rangka penyusunan skripsi di Kelurahan Kampung Mandar dengan judul **“Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi”**

Dengan ini surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Banyuwangi, 03 Februari 2023

Sekretaris Kelurahan Kampung
Mandar Kabupaten Banyuwangi



Saiful Muniri S.Ap

Lampiran 6 : Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Hari/ Tanggal	Jenis Penelitian	Paraf
1.	Jum'at, 11 November 2022	Memberikan surat izin penelitian	
2.	Sabtu, 12 November 2022	Meminta profil dan data KUB Pondok Layar ke bapak Slamet Hariyanto	
3.	Minggu, 13 November 2022	Meminta profil dan data KUB Pondok Pantai Marina ka Bapak Samidi	
4.	Senin, 14 November 2022- 22 November 2022	Penyebaran angket penelitian	
5.	Jumat, 03 Februari 2023	Pemohonan surat keterangan selesai penelitian	

Banyuwangi, 03 Februari 2023

Sekretaris Kelurahan Kampung Mandar Kabupaten Banyuwangi




Saiful Muhiri S.Ap

Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian



Mendampingi Ibu Eny (istri dari KUB Pondok Layar) dalam mengisi kuesioner penelitian



Mendampingi Ibu Restiati (istri dari KUB Pondok Layar) dalam mengisi kuesioner penelitian

Lampiran 8 : Lanjutan Lampiran 7



Mendampingi Ibu Yanti (istri dari KUB Pantai Marina) dalam mengisi kuesioner penelitian



Mendampingi Ibu Fitriyani (istri dari KUB Pantai Marina) dalam mengisi kuesioner penelitian

Lampiran 10 : Lanjutan Lampiran 9

No. Responden	Usia	Butir Harga (X1)								Total	Butir Pendapatan (X2)								Total	Butir Gaya Hidup (X3)						Total	Butir Keputusan Pembelian (Y)							Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7		
22	33	3	3	3	3	3	3	4	4	26	4	3	4	4	3	4	3	3	28	3	3	4	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28	
23	37	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	5	4	4	5	4	4	4	34	5	5	5	4	5	5	29	5	4	5	4	5	4	5	32	
24	31	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	4	4	3	4	5	5	32	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	
25	55	5	5	5	5	5	5	5	3	38	4	4	4	4	4	4	5	5	34	5	5	3	4	5	4	26	5	5	4	5	5	5	4	33	
26	34	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	3	4	4	3	4	3	3	28	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	
27	56	3	3	3	3	3	3	2	3	23	3	4	3	3	4	4	3	3	27	3	3	4	3	3	4	20	3	3	4	4	2	4	4	24	
28	30	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4	4	4	4	4	4	5	5	34	3	3	4	5	5	5	25	4	5	5	5	4	5	5	33	
29	34	4	4	4	4	4	4	2	2	28	4	2	4	4	2	3	3	3	25	3	3	3	3	3	4	19	3	4	4	3	3	4	4	25	
30	50	3	4	3	3	4	3	3	4	27	5	5	5	5	5	4	5	5	39	1	1	5	4	5	5	21	4	4	5	4	4	4	5	30	
31	27	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	5	3	3	31	3	3	3	3	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	
32	47	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	4	4	4	27	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	
33	45	3	3	3	3	3	3	5	3	26	3	3	3	3	3	3	4	4	26	2	2	5	3	4	4	20	4	4	3	3	3	3	4	24	
34	46	5	5	5	5	5	5	4	3	37	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28	
35	50	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	5	5	5	5	5	35
36	50	4	4	4	4	4	4	5	4	33	3	4	3	3	4	4	5	5	31	3	3	3	4	4	5	22	5	4	4	4	4	4	4	29	
37	48	4	4	4	4	4	4	2	3	29	4	2	4	4	2	3	4	3	26	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	3	4	4	4	27	
38	45	4	4	4	4	4	4	3	2	29	4	4	4	4	4	4	3	3	30	3	3	4	2	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	
39	55	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	3	3	3	4	3	4	26	5	5	4	4	3	4	25	4	4	4	4	5	5	5	31	
40	39	3	3	3	3	3	3	3	3	24	1	3	1	1	3	3	3	3	18	3	3	3	2	3	4	18	3	3	3	3	3	3	3	21	
41	29	3	3	3	3	3	3	2	4	24	5	3	3	5	3	2	4	4	29	3	2	2	2	2	5	16	4	3	3	3	3	3	4	23	
42	43	4	4	4	4	4	4	4	5	33	3	4	3	3	4	4	4	4	29	5	5	5	4	5	5	29	4	5	5	4	4	5	5	32	
43	55	4	2	4	4	2	2	4	2	24	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	2	2	2	15	3	3	3	3	3	3	3	21	
44	37	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	5	4	4	5	4	4	4	34	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	4	5	5	5	34	
45	46	3	3	3	3	3	3	3	3	24	5	3	5	5	3	3	4	4	32	3	3	3	4	4	3	20	4	4	4	3	4	4	4	27	

Lampiran 11 : Lanjutan Lampiran 9

No. Responden	Usia	Butir Harga (X1)								Total	Butir Pendapatan (X2)								Total	Butir Gaya Hidup (X3)						Total	Butir Keputusan Pembelian (Y)							Total
		1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	
46	55	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	4	4	4	4	3	5	5	33	5	5	5	4	4	3	26	4	5	4	4	4	5	4	30
47	45	4	4	4	4	4	4	5	4	33	5	3	5	5	3	4	5	4	34	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	4	5	5	33
48	50	4	3	4	4	3	3	3	4	28	3	3	3	3	3	3	4	4	26	4	4	4	4	5	4	25	4	3	4	4	4	3	4	26
49	55	4	4	4	4	4	4	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	4	5	27	5	4	4	5	5	4	4	31
50	54	4	3	4	2	2	4	3	3	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	3	2	4	20	5	2	3	3	3	3	3	22
51	44	2	4	3	2	2	3	3	4	23	4	2	2	4	2	2	2	2	20	3	2	3	2	3	4	17	4	2	4	3	3	3	3	22
52	50	2	3	2	2	3	2	2	3	19	3	2	3	3	2	3	2	2	20	3	3	2	2	3	2	15	3	2	3	4	3	2	3	20
53	57	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	5	4	4	5	4	4	4	34	5	5	5	4	5	5	29	5	4	4	5	5	4	4	31
54	50	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	3	3	4	4	22	4	3	4	4	4	3	4	26
55	52	5	5	5	5	5	5	3	4	37	4	3	4	4	3	4	4	4	30	5	5	3	4	5	4	26	4	4	5	4	4	4	5	30
56	36	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	3	4	4	3	4	4	4	30	3	2	3	4	2	2	16	2	4	4	4	2	4	4	24
57	52	4	4	4	4	4	4	3	3	30	2	3	2	2	3	4	4	4	24	3	3	4	4	4	4	22	4	4	3	4	4	4	4	27
58	47	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	3	4	4	3	4	28	2	2	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	3	27
59	52	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	2	2	4	26	3	3	3	3	3	4	19	4	3	4	3	4	3	4	25
60	52	2	4	2	2	2	2	4	4	22	2	2	2	2	3	5	3	4	23	1	1	3	3	2	2	12	3	4	2	2	5	3	3	22
61	52	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	4	4	5	22	3	5	3	4	3	5	3	26
62	31	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	3	3	3	4	4	4	27	3	3	4	3	3	4	20	4	4	3	3	4	4	3	25
63	41	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	4	2	2	4	2	2	2	20	2	2	2	3	3	4	16	2	3	4	3	2	3	4	21
64	56	3	4	3	3	4	4	4	4	29	3	4	3	3	4	3	3	4	27	3	3	4	4	4	3	21	3	4	4	5	3	4	4	27
65	36	3	2	3	3	2	3	3	2	21	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	4	3	3	3	17	3	3	4	4	3	3	4	24
66	35	4	3	4	4	3	4	3	3	28	5	5	5	5	5	3	3	5	36	4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	4	3	4	4	26
67	38	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	2	3	3	2	3	2	2	20	4	4	4	3	3	4	22	4	3	3	3	4	3	3	23
68	54	3	3	3	3	3	4	4	3	26	4	3	4	4	3	3	3	3	27	3	3	3	3	2	3	17	4	4	3	4	4	4	3	26
69	56	4	4	4	4	4	4	3	3	30	3	3	3	3	3	4	3	3	25	3	3	3	3	3	4	19	3	3	4	4	3	3	4	24

Lampiran 13 : Lanjutan Lampiran 9

No. Responden	Usia	Butir Harga (X1)								Total	Butir Pendapatan (X2)								Total	Butir Gaya Hidup (X3)						Total	Butir Keputusan Pembelian (Y)							Total
		1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	
94	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	4	4	5	35	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	4	5	5	4	32
95	43	3	3	4	3	3	3	4	3	26	2	3	3	4	2	3	3	2	22	3	4	4	4	3	4	22	4	3	4	4	3	4	3	25
96	52	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	2	3	3	18	3	5	4	3	5	4	4	28
97	50	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	4	4	33	3	4	3	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	5	29
98	43	3	4	4	4	3	4	4	3	29	4	3	2	2	4	3	2	4	24	4	4	5	4	4	4	25	4	3	3	4	3	3	4	24
99	27	4	3	4	4	4	3	4	4	30	3	4	4	3	3	4	4	3	28	3	3	3	4	3	3	19	4	4	4	4	4	4	4	28
100	52	3	3	3	3	3	3	3	3	24	5	4	5	4	5	4	5	5	37	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	4	28
101	55	3	2	2	3	3	2	2	3	20	3	2	3	2	3	2	3	3	21	3	5	4	4	3	5	24	4	2	2	4	2	2	3	19
102	33	3	2	3	3	3	2	3	3	22	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	3	4	4	3	21	4	4	3	4	4	3	3	25
103	40	5	4	4	4	5	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28
104	44	2	3	3	3	2	3	3	2	21	3	3	4	4	3	3	4	3	27	3	4	4	2	3	4	20	3	4	4	3	4	4	4	26
105	45	3	2	2	3	3	2	2	3	20	2	3	3	3	2	3	3	2	21	4	3	3	3	4	3	20	3	4	4	3	4	4	4	26
106	23	3	2	3	2	3	2	3	3	21	2	3	3	4	2	3	3	2	22	2	2	2	4	2	2	14	3	3	3	3	3	3	3	21
107	54	4	4	4	2	4	4	4	4	30	2	3	3	3	2	3	3	2	21	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	3	27
108	25	2	5	5	4	2	5	5	2	30	4	3	4	3	4	3	4	4	29	2	4	4	3	2	4	19	3	4	4	3	4	4	4	26
109	40	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35
110	45	3	2	2	2	3	2	2	3	19	3	2	3	3	3	2	3	3	22	2	3	3	2	2	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21
111	56	4	5	5	5	4	5	5	4	37	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35
112	56	4	3	3	4	4	3	3	4	28	3	3	4	4	3	3	4	3	27	3	3	4	4	3	3	20	4	4	4	4	4	4	3	27
113	55	5	5	4	5	5	5	4	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	5	5	4	5	33
114	31	2	3	3	3	2	3	3	2	21	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	3	3	19	4	3	3	4	3	3	4	24
115	48	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	4	4	22	4	5	5	4	5	5	4	32
116	58	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	4	5	5	4	37	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	5	4	4	5	31
117	55	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	4	4	25	4	5	5	4	5	5	4	32

Lampiran 14 : Data Hasil SPSS 25

Tabel 4.4
Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga (X1)

		Statistics							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
N	Valid	117	117	117	117	117	117	117	117
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.67	3.59	3.69	3.69	3.53	3.62	3.58	3.53
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4	4

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.5
Hasil Uji Deskriptif Variabel Pendapatan (X1)

		Statistics							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
N	Valid	117	117	117	117	117	117	117	117
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.56	3.50	3.58	3.60	3.46	3.61	3.59	3.65
Median		4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	3	4	4	3	4	4	4

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.6
Hasil Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Responden
Variabel Gaya Hidup (X3)

		Statistics					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
N	Valid	117	117	117	117	117	117
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.53	3.51	3.65	3.54	3.60	3.79
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		3	3	4	4	4	4

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Lampiran 15 : Lanjutan Lampiran 14

Tabel 4.7
Hasil Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Responden
Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Statistics						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
N	Valid	117	117	117	117	117	117	117
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.87	3.85	3.88	3.90	3.85	3.72	3.91
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022



Lampiran 16 : Data Hasil SPSS 25

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas (Variabel X1,X2,X3 dan Y)

a. Harga (X)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	0.616**	0.784**	0.758**	0.785**	0.656**	0.437**	0.516**	0.842**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X1.2	Pearson Correlation	0.616**	1	0.670**	0.662**	0.774**	0.858**	0.599**	0.584**	0.880**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X1.3	Pearson Correlation	0.784**	0.670**	1	0.792**	0.665**	0.710**	0.605**	0.347**	0.844**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X1.4	Pearson Correlation	0.758**	0.662**	0.792**	1	0.688**	0.667**	0.540**	0.417**	0.839**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X1.5	Pearson Correlation	0.785**	0.774**	0.665**	0.688**	1	0.736**	0.512**	0.622**	0.882**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000

Lampiran 17 : Lanjutan Lampiran 16

	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X1.6	Pearson Correlation	0.656**	0.858**	0.710**	0.667**	0.736**	1	0.577**	0.519**	0.873**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X1.7	Pearson Correlation	0.437**	0.599**	0.605**	0.540**	0.512**	0.577**	1	0.518**	0.727**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X1.8	Pearson Correlation	0.516**	0.584**	0.347**	0.417**	0.622**	0.519**	0.518**	1	0.688**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Harg a	Pearson Correlation	0.842**	0.880**	0.844**	0.839**	0.882**	0.873**	0.727**	0.688**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Lampiran 18 : Data Hasil SPSS 25

b. Pendapatan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Pendapatan
X2.1	Pearson Correlation	1	0.430**	0.789**	0.737**	0.462**	0.421**	0.454**	0.597**	0.811**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X2.2	Pearson Correlation	0.430**	1	0.493**	0.434**	0.806**	0.435**	0.445**	0.428**	0.746**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X2.3	Pearson Correlation	0.789**	0.493**	1	0.787**	0.394**	0.519**	0.541**	0.440**	0.823**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X2.4	Pearson Correlation	0.737**	0.434**	0.787**	1	0.370**	0.465**	0.530**	0.367**	0.779**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X2.5	Pearson Correlation	0.462**	0.806**	0.394**	0.370**	1	0.378**	0.470**	0.518**	0.734**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117

Lampiran 19 : Lanjutan Lampiran 18

X2.6	Pearson Correlation	0.421**	0.435**	0.519**	0.465**	0.378**	1	0.431**	0.427**	0.670**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X2.7	Pearson Correlation	0.454**	0.445**	0.541**	0.530**	0.470**	0.431**	1	0.650**	0.744**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
X2.8	Pearson Correlation	0.597**	0.428**	0.440**	0.367**	0.518**	0.427**	0.650**	1	0.728**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Pendapatan	Pearson Correlation	0.811**	0.746**	0.823**	0.779**	0.734**	0.670**	0.744**	0.728**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Lampiran 20 : Data Hasil SPSS 25

c. Gaya Hidup (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Gaya Hidup
X3.1	Pearson Correlation	1	0.781**	0.425**	0.443**	0.645**	0.355**	0.801**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117
X3.2	Pearson Correlation	0.781**	1	0.464**	0.459**	0.473**	0.439**	0.791**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117
X3.3	Pearson Correlation	0.425**	0.464**	1	0.508**	0.499**	0.463**	0.727**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117
X3.4	Pearson Correlation	0.443**	0.459**	0.508**	1	0.606**	0.487**	0.754**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117
X3.5	Pearson Correlation	0.645**	0.473**	0.499**	0.606**	1	0.533**	0.819**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117

Lampiran 21 : Lanjutan Lampiran 20

X3.6	Pearson Correlation	0.355**	0.439**	0.463**	0.487**	0.533**	1	0.708**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117
Gaya Hidup	Pearson Correlation	0.801**	0.791**	0.727**	0.754**	0.819**	0.708**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	117	117	117	117	117	117	117

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 22 : Data Hasil SPSS 25

d. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	0.368**	0.313**	0.463**	0.680**	0.349**	0.271**	0.667**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.003	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117
Y2	Pearson Correlation	0.368**	1	0.498**	0.480**	0.626**	0.750**	0.398**	0.812**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117
Y3	Pearson Correlation	0.313**	0.498**	1	0.411**	0.466**	0.522**	0.681**	0.752**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117
Y4	Pearson Correlation	0.463**	0.480**	0.411**	1	0.381**	0.407**	0.384**	0.686**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117
Y5	Pearson Correlation	0.680**	0.626**	0.466**	0.381**	1	0.571**	0.344**	0.798**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000

Lampiran 23 : Lanjutan Lampiran 22

	N	117	117	117	117	117	117	117	117
Y6	Pearson Correlation	0.349**	0.750**	0.522**	0.407**	0.571**	1	0.326**	0.772**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117
Y7	Pearson Correlation	0.271**	0.398**	0.681**	0.384**	0.344**	0.326**	1	0.648**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	0.667**	0.812**	0.752**	0.686**	0.798**	0.772**	0.648**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	117	117	117	117	117	117	117	117

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Lampiran 24 : Data Hasil SPSS 25

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas (Variabel X1,X2,X3 dan Y)

a. Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.932	8

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

b. Pendapatan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.892	8

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

c. Gaya Hidup (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.860	6

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

d. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.872	8

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Lampiran 25 : Data Hasil SPSS 25

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		117
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.71549582
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0.070
	Positive	0.070
	Negative	-0.066
Test Statistic		0.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.431	0.942		6.823	0.000		
	Harga	0.151	0.048	0.220	3.145	0.002	0.337	2.971
	Pendapatan	0.262	0.043	0.360	6.147	0.000	0.482	2.075
	Gaya Hidup	0.402	0.067	0.420	6.051	0.000	0.343	2.913

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Lampiran 26 : Data Hasil SPSS 25

Tabel 4.15
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.344	0.548		0.627	0.532
	Harga	-0.044	0.028	-0.247	-1.571	0.119
	Pendapatan	0.032	0.025	0.170	1.290	0.200
	Gaya Hidup	0.064	0.039	0.256	1.645	0.103

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.16
Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.431	0.942		6.823	0.000
	Harga	0.151	0.048	0.220	3.145	0.002
	Pendapatan	0.262	0.043	0.360	6.147	0.000
	Gaya Hidup	0.402	0.067	0.420	6.051	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.17
Hasil Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1486.586	3	495.529	164.025	0.000 ^b
	Residual	341.379	113	3.021		
	Total	1827.966	116			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Pendapatan, Harga

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Lampiran 27 : Lanjutan Lampiran 26

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.431	0.942		6.823	0.000
	Harga	0.151	0.048	0.220	3.145	0.002
	Pendapatan	0.262	0.043	0.360	6.147	0.000
	Gaya Hidup	0.402	0.067	0.420	6.051	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.902 ^a	0.813	0.808	1.738

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Pendapatan, Harga

Sumber: hasil data diolah IBM SPSS 25, 2022

BIODATA PENULIS



Nama : Fatya Azzahrah
Tempat/ Tanggal lahir : Banyuwangi, 26 Agustus 1999
NIM : E20192117
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Perum. Villa Sukowidi Blok B/15 RT 001 RW 004
Kelurahan Klatak, Kecamatan Kalipuro, Kabupaten
Banyuwangi, kode pos 68421

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK : TK Pertiwi
2. SD : SDN 1 Kapatihan
3. MTS : MTsN 1 Banyuwangi
4. SMA : SMAN 1 Glagah Banyuwangi
5. Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember