

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* DI TOKO MASWIR
PONSEL AIR TIRIS PADA MASA PANDEMI
COVID-19 DITINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Syariah dan Hukum



Oleh

LELLY MELANY PUTRI
NIM. 11720525001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU**

1442 H/2021 M



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul *“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Toko Maswir Ponsel Air Tiris Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”* yang ditulis oleh:

Nama : Lelly Melany Putri
 NIM : 11720525001
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Juli 2021

Pembimbing Skripsi

Svamsurizal, SE, M.Sc. Ak
 NIP: 198012162009121002

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Maswir Ponsel Air Tiris Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Lelly Melany Putri
 NIM : 11720525001
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 26 Juli 2021
 Waktu : 08.00 Wib
 Tempat : Online

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Juli 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. H. Mawardi M Shaleh

Sekretaris

Mutasir, M.Sy

Penguji 1

Rozi Andrini, ME

Penguji 11

Darnilawati, SE., M.Si

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag

NIP. 19741006 200501 1 005

SUSKA RIAU



ABSTRAK

Lelly Melany Putri (2021) : Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Toko Maswir Ponsel Air Tiris Pada Masa Pandemi Covid 19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Latar belakang penelitian ini adalah bahwa perkembangan teknologi saat ini sangatlah pesat, khususnya dalam bidang komunikasi, sehingga penggunaan *handphone* semakin meningkat. Penggunaan *handphone* saat ini juga bukan hanya karena faktor kebutuhan, namun juga sudah merambat kepada gaya hidup. Keputusan pembelian merupakan sikap individu yang memiliki keinginan untuk memilih suatu produk-produk tertentu yang di inginkan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone*, serta bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko Maswir Ponsel yang berjumlah 3.912 orang, sehingga sampel pada penelitian ini sebanyak 98 orang yang didapat dari rumus *slovin*, pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Uji penelitian yang digunakan adalah uji instrumen berupa uji validitas dan uji realibilitas (simultan). Uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Uji hipotesis penelitian berupa analisis regresi linier sederhana dan uji persial(uji t), dan koefisien determinasi (R^2)

Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = 13.454 + 0,662$ artinya bahwa variable gaya hidup berpengaruh positif terhadap variable keputusan pembelian. Hal ini diuji dengan menggunakan uji t, yang mana menunjukkan bahwa secara parsial, gaya hidup berpengaruh positif karena dari hasil uji t, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} (5,683) > t_{tabel} (3,840)$ nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,252, nilai tersebut menggambarkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 25,2 %, Sedangkan sisanya 74,8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Tinjauan ekonomi Islam tentang gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* adalah pada umumnya belum sesuai dengan prinsip Islam, karena masih banyak yang membeli karena popularitas bukan karena kebutuhan.

Kata Kunci : *Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Ekonomi Syariah*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR


Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kemudahan, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa penulis hadiahkan untuk junjungan alam Nabi Muhammad SAW, Allah huma shalli alaa Muhammad wa ala ali Muhammad. Dalam pengerjaan skripsi ini telah di susun agar menjadi sempurna. Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan dari penulis.

Dengan demikian, berbagai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang bermakna. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Orangtua Ibunda Tumini dan Ayahanda Sugiono, Terimakasih atas semua kasih sayang, pengorbanan, dukungan, kepercayaan, serta selalu meridhoi setiap langkah ananda untuk mencapai kesuksesan.
2. Bapak selaku Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta bapak Dr.Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr.H.Mawardi,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

S.Ag.,M.Si selaku Wakil Dekan II, dan ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag M.Sh selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc,Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
5. Ibu Dr.Jenita, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc,Ak selaku dosen Pembimbing Skripsi, penulis ucapkan terimakasih atas segala bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Pihak perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini.
8. Bapak Agusti Rahman selaku pemilik Toko Maswir Ponsel yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Toko Maswir Ponsel Air Tiris, beserta karyawan yang bekerja di Maswir Ponsel yang telah banyak memberikan informasi kepada penulis sehingga dapat melakukan penelitian dengan baik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Seluruh konsumen Toko Maswir Ponsel yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kusioner secara objektif.

10. Sahabat-sahabat tersayang, kak Nova Mulia Sari, Rati, Suci Noviananda, Ermaliana, Siti Zubaida, Vira Fortuna Hayati, Salmita Putri Ayu, Nabila Suri Huzaima, Cici Maria Ulfa, dan semua teman yang terlibat. Terimakasih sudah menemani setiap langkah penulis selama ini, segala motivasi dan bantuan yang diberikan sangat bermakna bagi penulis dalam menyelesaikan tanggungjawab ini.

11. Teman-teman EI C yang selalu berjuang dari awal kuliah hingga bisa menyelesaikan perkuliahan dengan sabar dan tekun. Terimakasih untuk kita semua.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, Amin Yarabbal Alamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 30 Juni 2021
Penulis,

LELLY MELANY PUTRI
NIM. 11710525001



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan	27
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	29
A. Sejarah Berdirinya Toko Maswir Ponsel	29
B. Visi dan Misi	29
C. Struktur Organisasi	29
D. Ketenagakerjaan dan Produknya	31
BAB III TINJAUAN TEORITIS	33
A. Gaya Hidup	33
1. Pengertian Gaya Hidup.....	33
2. Indikator Gaya Hidup.....	34
3. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	36
4. Jenis-jenis Gaya Hidup.....	40
5. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Gaya Hidup.....	41
B. Keputusan Pembelian	44
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	44

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Proses Pembelian.....	46
3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	48
4. Struktur Tentang Keputusan Pembelian.....	50
5. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	51
6. Indikator Keputusan Pembelian	54
7. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Keputusan Pembelian ...	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	58
B. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

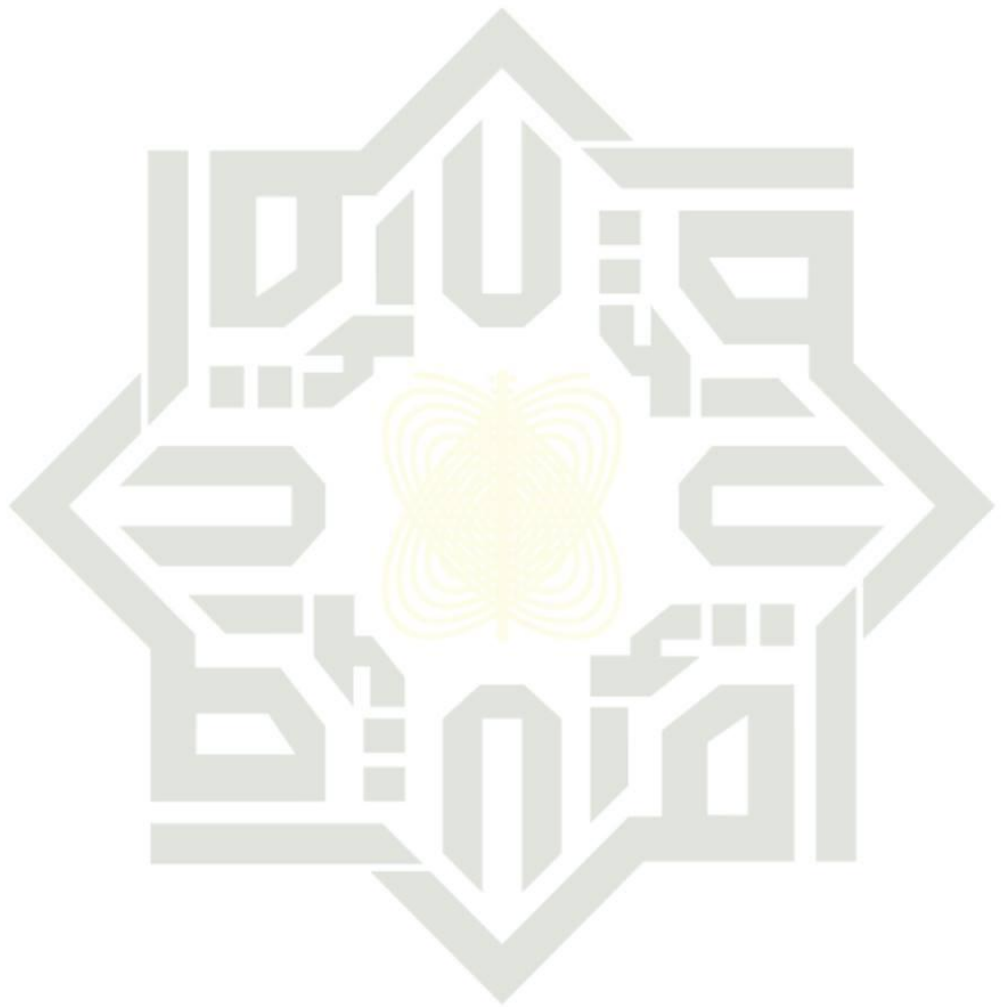
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan <i>handphone</i> Pada Toko Maswir Ponsel Air Tiris	7
Tabel 1.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	18
Tabel I.3	Definisi Operasional	19
Tabel III.1	Dimensi Pengukuran Gaya Hidup	36
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Menurut Usia	59
Tabel IV.2	Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel IV.3	Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir	60
Tabel IV.4	Statistic Deskriptif Variabel	61
Tabel IV.5	Tanggapan Responden Tentang Gaya Hidup	63
Tabel IV.6	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	65
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas	68
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel IV.9	Hasil Uji Normalitas K-S-Z	70
Tabel IV.10	Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel IV. 11	Uji Autokorelasi	72
Tabel IV.12	Hasil Uji Regresi Sederhana	73
Tabel IV.13	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	74
Tabel IV.14	Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	18
Gambar II.1	Struktur Organisasi Toko Maswir Ponsel	24
Gambar III.1	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	49



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi telah menjadi kebutuhan yang sangat penting dan tidak bisa dipisahkan dalam menjalankan aktivitas, semakin modern kehidupan kita, semakin canggih juga alat komunikasi yang digunakan. Masyarakat dapat menggunakan telepon seluler dimana saja, baik di kota-kota besar maupun di desa-desa kecil. Ini merupakan indikasi bahwa sekarang orang tidak lagi memandang telepon seluler sebagai kebutuhan yang tersier yang tidak terjangkau, tetapi lebih dilihat dari fungsinya yang utama yaitu komunikasi.

Di era modern seperti ini teknologi benar-benar berkembang pesat, khususnya di bidang komunikasi. *Handphone*, siapa yang tidak mengenalnya. Hampir bisa kita lihat bahwa semua orang memanfaatkannya untuk berkomunikasi jarak jauh. Bisa digunakan untuk telepon, kirim pesan singkat SMS, bermain *game*, dan berselancar didunia maya menggunakan jaringan internet. Untuk hargapun kini bersaing sehingga relatif murah dan hampir setiap kalangan memilikinya.

Perkembangan teknologi saat ini telah memberikan dampak yang besar disemua bidang, baik dibidang teknologi itu sendiri atau dalam bidang ekonomi seperti pengaruh perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian *handphone*

Penggunaan *handphone* di Indonesia beberapa tahun ini semakin banyak, sehingga permintaan *handphone* di Indonesia mengalami peningkatan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada tahun 2014 *handphone* dengan jumlah 25,0 juta unit dikirim di Indonesia dan di akhir tahun 2015 meningkat sebanyak 17,1% dengan pengiriman 29,3 juta unit *handphone* (Hidayat, 2016). Ada beberapa vendor *handphone* yang berlomba-lomba untuk menguasai pasar *handphone* di Indonesia, di antaranya ada Samsung, Asus, Smartfren, Advan, Lenovo, dan masih banyak lagi.¹

Handphone merupakan sebuah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar secara konvensional yang mudah dibawa dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon yang menggunakan kabel. *Handphone* telah menjadi peralatan komunikasi yang sangat penting dan mudah, baik perangkat kerasnya (*hardware*) berupa pesawat telepon maupun perangkat lunak (*software*) berupa *chip* dan pulsa.

Gaya hidup modern mempengaruhi banyak orang untuk menggunakan *handphone*, mengingat komunikasi disaat ini adalah hal yang sangat dibutuhkan setiap orang tentunya dengan cara yang mudah dan semakin modern. Keinginan setiap orang untuk mendapatkan *handphone* bukan saja untuk memenuhi kebutuhan akan komunikasi melainkan perkembangan yang semakin modern saat ini membuat banyak orang yang ingin menggunakan *handphone* karena banyaknya fitur dan tentunya dapat menunjang penampilan ketika berada ditengah masyarakat. Faktor lain yang juga mempengaruhi perkembangan bisnis *handphone* yaitu kualitas produk. Ketika perusahaan menciptakan produk maka perusahaan harus bisa mengutamakan kualitas

¹ Tri Harnoto dan Yunita Budi Rahayu Silintowe, *Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup*. Modus Vol. 30 No. 2, (2018) h.181



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk untuk bisa menarik minat dari konsumen. *Handphone* yang mempunyai kualitas yang baik akan dapat diterima oleh masyarakat.²

Kegiatan masyarakat yang awalnya hanya melakukan kegiatan konsumsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan saja, pada akhirnya perkembangan zaman menjadi kegiatan konsumsi sebagai salah satu kegiatan yang melibatkan gaya hidup. Gaya hidup sebagai pendorong perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembeliannya. Gaya hidup adalah bagaimana orang menghabiskan waktu dan uangnya.³

Gaya hidup memiliki dua aspek bagi konsumen. Pertama berfungsi sebagai pendorong, motivator (keinginan untuk mempertahankan atau menunjang gaya hidup sekarang) untuk berbagai kegiatan membeli. Artinya kebutuhan untuk membuat keputusan membeli timbul dari siapa kita, apa kita, dan masalah-masalah serta peluang apa saja yang kita hadapi dalam kehidupan.

Aspek kedua adalah bahwa gaya hidup dapat berubah sebagai hasil dari proses pengambilan keputusan konsumen. Hasil-hasil dari keputusan yang dibuat konsumen tentang produk barang (barang dan atau jasa) memberi informasi tentang motivasi dan sikap yang dapat mengubah atau memperkuat gaya hidup.⁴

² Milly Lingkan Mokoagouw, *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Universitas Sam Ratulangi, Manado. Vol. 16 No. 01 (2016), h. 494

³ Nugroho, *Prilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 148.

⁴ A .S. Munandar, *Psikologi Industri dan Organisasi*, (Depok : Penerbit

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gaya hidup juga sangat berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalaninya.

Di dalam Al-Qur'an Al- A'raf ayat 31 juga ada dijelaskan tentang gaya hidup, yang berbunyi:

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya : *"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan".*⁵

Firman- firman Allah banyak yang menjelaskan tentang kesederhanaan dalam kehidupan, sudah jelas nyata bahwa islam sangat menitik beratkan soal kesederhanaan sehingga menginginkan umatnya mengamalkan hidup sederhana dalam semua hal di kehidupan baik dari segi ibadah, barang-barang yang dikonsumsi, dan perbuatan kita sehari-hari. Kita tidak dianjurkan mempunyai kehidupan dan gaya hidup yang mewah serta menghamburkan uang untuk membeli hal yang yang tidak bermanfaat hanya demi menunjukkan status sosial kita kepada orang lain.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.

Universitas Indonesia UI Press, 2001), h. 263

⁵ Departemen Agama, Al-Quran Al-karim dan Terjemahan, lembaga percetakan Al-Quran Raja Fahd, 1418 H



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.⁶

Proses keputusan pembelian menurut Bilson Simamora, ada 5 tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian, model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakibat jauh setelah pembelian.

Setiap konsumen tentu melewati kelima tahap ini untuk setiap pembelian yang mereka buat⁷. Keseluruhan proses tersebut biasanya dilakukan pada situasi dan produk tertentu, misalnya untuk produk keterlibatan tinggi seperti smartphone. Keputusan pembelian smartphone dibutuhkan keterlibatan tinggi meliputi produk atau jasa secara psikologis penting bagi seorang konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan sosial atau pribadinya.⁸

Saat ini, *handphone* merupakan benda yang sangat penting bagi manusia, baik orang tua, karyawan, khususnya pelajar/mahasiswa. Sebab sejak adanya wabah Covid-19 (*Coronavirus disease 2019*), banyak pelajar dan mahasiswa yang melakukan kegiatan belajar mengajar dari rumah. Sehingga mereka sangat lah membutuhkan sarana untuk menunjang kegiatan belajar mereka.

⁶ Dedi Ansari Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan". Jurnal Keuangan dan Bisnis. Vol. 7, No. 3, November 2015. h. 227

⁷ Bilson simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta:PT Gramedia, 2008) cet ke-2, h.16.

⁸ Boyd. Wlaker. Larreche, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Alih bahasa Imam Nurmawan, (Jakarta: Erlangga, 2000), h.122



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Surat Edaran (SE) yang dikeluarkan pemerintah pada 18 Maret 2020 segala kegiatan didalam dan diluar ruangan di semua sektor sementara waktu ditunda demi mengurangi penyebaran corona terutama pada bidang pendidikan. Pada tanggal 24 maret 2020 Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mengeluarkan Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan Dalam Masa Darurat Penyebaran Covid-19, dalam Surat Edaran tersebut dijelaskan bahwa proses belajar dilaksanakan di rumah melalui pembelajaran daring/jarak jauh dilaksanakan untuk memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi siswa. Belajar di rumah dapat difokuskan pada pendidikan kecakapan hidup antara lain mengenai pandemi Covid-19.⁹

Dalam situasi seperti ini, setiap orang dituntut untuk lebih membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, seorang pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing.¹⁰

Toko Maswir Ponsel merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan *handphone* yang terletak di kelurahan Air Tiris, Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Toko Maswir Ponsel menjual berbagai jenis *handphone* dengan berbagai merk.

⁹ Wahyu Aji Fatma Dewi, *Dampak Covid-19 Terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar*. Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan Vol. 2 No. 3, April 2020, h. 56

¹⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2012), h. 189

Dimana masyarakat Air Tiris dapat mencari *handphone* dengan berbagai merk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Toko Maswir Ponsel merupakan bagian dari kegiatan muamalah yaitu dalam kegiatan tersebut terjadinya transaksi jual beli dalam memasarkan suatu barang dan jasa. Berikut akan dipaparkan total penjualan pada toko Maswir Ponsel sebelum dan sesudah pandemi Covid-19:

Tabel 1.1
Data Penjualan *handphone* Pada
Toko Maswir Ponsel Air Tiris

No	Bulan sebelum pandemi covid	Penjualan	Bulan saat pandemi covid	Penjualan
1	Januari 2019	Rp 17.350.000	Januari 2020	Rp 12.000.000
2	Februari 2019	Rp 19.500.000	Februari 2020	Rp 10.500.000
3	Maret 2019	Rp 18.000.000	Maret 2020	Rp 10.000.000
4	April 2019	Rp 15.000.000	April 2020	Rp 13.000.000
5	Mei 2019	Rp 19.000.000	Mei 2020	Rp 11.000.000
6	Juni 2019	Rp 20.000.000	Juni 2020	Rp 14.000.000
7	Juli 2019	Rp 19.000.000	Juli 2020	Rp 15.000.000
8	Agustus 2019	Rp 15.000.000	Agustus 2020	Rp 13.000.000
9	September 2019	Rp16.000.000	September 2020	Rp 14.000.000
10	Oktober 2019	Rp 17.000.000	Oktober 2020	Rp 14.500.000
11	November 2019	Rp 19.000.000	November 2020	Rp 16.000.000
12	Desember 2019	Rp 18.000.000	Desember 2020	Rp 13.000.000

Sumber: Toko Maswir Ponsel Air Tiris, (Januari-Juni) 2019-2020

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan *handphone* sebelum pandemi covid-19 dilihat dari angka capaian lebih baik dibanding saat pandemi covid-19. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* DI TOKO MASWIR PONSEL AIR TIRIS PADA MASA PANDEMI COVID-19 TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus maka peneliti memberikan batasan masalah yaitu pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko Maswir ponsel Air Tiris pada masa sebelum pandemi Covid-19 dan saat pandemi covid-19 yaitu pada Januari 2019 hingga Desember 2020

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko Maswir ponsel Air Tiris pada masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko Maswir ponsel Air Tiris pada masa pandemi Covid-19?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko Maswir ponsel Air Tiris pada masa pandemi Covid-19
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maswir ponsel Air Tiris pada masa pandemi Covid-19 ditinjau menurut ekonomi syariah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi Pemilik Toko Maswir Ponsel Air Tiris

Penelitian ini memberikan masukan yang membangun dan mencari solusi agar toko Maswir Ponsel dapat lebih meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19.

b. Bagi Penulis

Untuk mengembangkan pengetahuan penulis mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko Maswir ponsel Air Tiris pada masa pandemi Covid-19 ditinjau menurut ekonomi syariah

c. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan ekonomi syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Lokasi Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode kuantitatif, yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di toko Maswir ponsel Air Tiris Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen pada toko Maswir Ponsel Air Tiris.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko Maswir ponsel Air Tiris pada masa pandemi Covid-19 ditinjau menurut ekonomi syariah.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹ Berdasarkan pernyataan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pada toko Maswir Ponsel Air Tiris pada bulan Januari hingga Desember 2019 yang berjumlah 2.165 orang, dan bulan Januari hingga Desember 2020 yang berjumlah 1.747 orang, sehingga jumlah populasi nya adalah 3.912 orang.

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), h.115.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu¹².

Karena pada penelitian ini populasinya berjumlah 3.912 orang, maka untuk menghitung jumlah sampel nya peneliti menggunakan rumus *slovin*. Berdasarkan rumus *slovin* jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

Rumus *slovin*

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan:

- N = Ukuran Populasi
- n = ukuran sampel
- e = presentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Dari populasi 3.912 konsumen, presisi yang ditetapkan diantara 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, maka besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$n = \frac{3912}{1+3912(0,1)^2} = \frac{3912}{1+3912(0,01)} = \frac{3912}{1+39,12} = \frac{3912}{40,12} = 98$$

Berdasarkan jumlah populasi pada bulan Januari hingga bulan Desember 2019 dan Januari hingga bulan Desember 2020 yang berjumlah

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2018), hlm.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.912 orang, dengan tingkat kesalahan sebesar 10% sehingga jumlah sampel ditentukan sebesar 98.

Teknik sampel yang digunakan *accidental sampling* yaitu memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai, yaitu siapa saja yang menjadi konsumen toko maswir ponsel yang secara kebetulan bertemu dengan penelitian dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data.

4. Sumber Data Penelitian

Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk kompilasi ataupun dalam bentuk file-file.¹³ Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan sebagai objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data dari toko Maswir Ponsel Air Tiris.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁴ Data sekunder dalam penelitian ini, penulis peroleh dari literatur, jurnal, atau data-data yang

¹³ Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h. 38

¹⁴ Irwan Gani, *Alat Analisis Data ; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*, (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 2.

berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti dan bersifat melengkapi.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan penelitian ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data dengan Kuesioner.

Kuesioner yaitu Pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu kemungkinan tidak memerlukan kehadiran peneliti. Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.¹⁵

6. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelatif kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada sampel filsafat *positivism*, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, pengaruh data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹⁶

Penelitian korelasi ini berhubungan dengan penilaian antara dua atau lebih fenomena, jenis penelitian ini biasanya melibatkan ukuran *statistic* tingkat derajat hubungan, yang disebut korelasi.¹⁷ Adanya korelasi

¹⁵Sugiyono, *Op. cit.*, h.199.

¹⁶Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009) h.8.

¹⁷Syamsuddin, dkk, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Bandung: PT. Remaja

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antar dua variabel atau lebih, tidak berarti adanya pengaruh atau hubungan sebab akibat dari suatu variabel terhadap variabel terhadap variabel lainnya. Pengaruh data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur.¹⁸ Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap item kuisioner atau skala. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi Product Moment, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada *table r*, dengan taraf signifikan 5% dari jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi *product moment* lebih besar dari *critical value*, maka instrument ini dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila skor item kurang dari *critical value*, maka instrument ini dinyatakan tidak valid.¹⁹ Menurut Sugiyono, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

Rosdakarya, 2011), h. 266

¹⁸Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), h. 59.

¹⁹Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h.117.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

n = jumlah data

x = variabel pertama

y = variabel kedua

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Uji reabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi baik hendaknya berdistribusi normal.

2) Uji Autokolerasi

Autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam times series atau pada waktu yang berbeda. Autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada kolerasi antara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesalahan pengganggu pada priorite. Jika ada, berarti terdapat autokolerasi. Dalam penelitian ini keberadaan autokolerasi diuji dengan Durbin Watson.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁰

c. Uji Hipotesis Penelitian

1) Pengaruh Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :²¹

$$Y' = a + Bx$$

Keterangan :

Y' = Subyek atau nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan

²⁰*Ibid*,h.118

²¹Sugiyono, *Op.Cit.*, h.300.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.²²

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah dalam bentuk persen, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²³

Tabel 1.2
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2004:183).

²² Suliyanto, *Ekonometrika Terapan, Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h. 39

²³ Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.134.

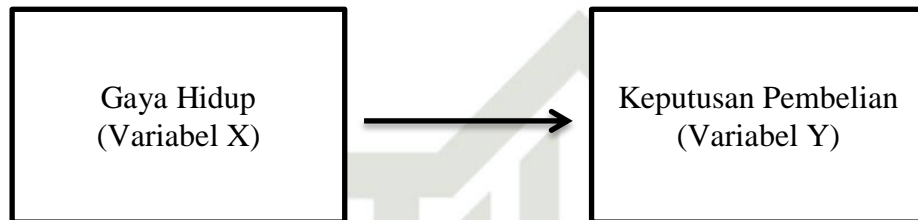
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Model Kerangka Pemikiran

Secara sistematis kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar I.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Berdasarkan gambar 1.1 Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa gaya hidup akan berdampak pada keputusan pembelian *handphone* di toko Maswir ponsel pada masa pandemi covid-19.

8. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.3
Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator
1	<i>Gaya Hidup</i> adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya (Kotler dan Keller 2012:19)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas (Activity) 2. Minat (Interest) 3. pendapat (Opinion)
2	<i>Keputusan Pembelian</i> adalah suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sudaryono 2016:99)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada suatu produk. 2. Kebiasaan dalam membeli produk. 3. Merekomendasikan kepada orang lain. 4. Melakukan pembelian ulang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Penelitian Terdahulu

- a. Skripsi yang ditulis oleh Aviyanto Kusuma Pratama pada tahun 2015 yang berjudul **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Konsumen *Smartphone* Samsung Wilayah Jakarta Pusat)”**. Variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup(X1), promosi (X2), kualitas(X3) dan keputusan pembelian(Y). Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung, signifikan gaya hidup sebesar 0,015. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung, signifikan promosi sebesar 0,000. Kualitas produk berpengaruh signifikan dengan jumlah 0,006.
- b. Skripsi yang ditulis oleh Desi Budi Yanti Man pada tahun 2018 yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Jilbab Syar’i* (Studi Kasus Mahasiswi FEB UIN Sumatera Utara)”** Variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup(X) dan keputusan pembelian(Y). penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana dengan Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian *jilbab syar’i*. Berdasarkan uji t, diperoleh t hitung sebesar $2,290 > t$ tabel sebesar 1,68385. Berdasarkan



perhitungan Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,119 yang menjelaskan bahwa variabel gaya hidup (X) memberikan pengaruh sebesar 11,9% terhadap keputusan pembelian (Y) sedangkan sisanya 88,1% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- c. Skripsi yang ditulis oleh Beby Halkirana Pradesty pada tahun 2017 yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Revlon Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara”** variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup(X1), sikap konsumen(X2) dan keputusan pembelian(Y). Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan teknik analisis regresi berganda dengan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara serempak gaya hidup dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstick Revlon pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Secara parsial, masing-masing variabel gaya hidup dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya Hidup merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian lipstick Revlon pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,569 yang berarti variabilitas variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh gaya hidup dan sikap konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah sebesar 56,9% sedangkan sisanya sebesar 32,4% dapat dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- d. Skripsi yang ditulis oleh maghfirola setia ningsih pada tahun 2020 yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah (Studi Kasus Masyarakat Tualang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)”**. Variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup(X1), kepercayaan(X2) dan keputusan pembelian(Y). Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis linier berganda Hasil penelitian ini adalah berdasarkan variabel gaya hidup dan kepercayaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Dan berdasarkan variabel gaya hidup dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik berlabel halal wardah pada masyarakat kampung tualang kecamatan tualang kabupaten siak. Selanjutnya, besar pengaruh variabel gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 52,8 %.
- e. Skripsi yang dibuat oleh Agasta Eka Saputri pada tahun 2018 dengan judul **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Mayang Collection Pusat di Kota Malang”**. Variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup(X1), persepsi kualitas(X2) dan keputusan pembelian(Y). Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis linier



berganda Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif secara simultan variabel gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian pada butik mayang *collection* pusat di kota malang. Terdapat pula pengaruh secara persial masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian pada butik mayang *collection* pusat di kota malang.

- f. Skripsi yang dibuat oleh Nur Ummu Khoiriyah pada tahun 2017 yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian 2 (Dua) Ponsel Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”**. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk(X1), gaya hidup(X2) dan keputusan pembelian(Y). metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis linier berganda Dari hasil uji regresi linier berganda adalah $R^2 = 0,506$ yang berarti menjelaskan besarnya pengaruh antara kualitas produk dengan gaya hidup terhadap keputusan pembelian 2(dua) ponsel pada mahasiswa/i FEBI UINSU sebesar 50,6%.
- g. Penelitian yang ditulis oleh Gotro Sukma Adi pada tahun 2016 dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 150 Di Kota Yogyakarta”**. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat(X1), aktifitas(X2), opini(X3) dan keputusan pembelian(Y). Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis menggunakan uji determinasi, uji f, uji t

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dan Regresi Linier Berganda. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa gaya hidup secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian honda vario 150 di kota Yogyakarta. Aktivitas dan minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian honda vario 150 di kota Yogyakarta. Disisi lain opini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian honda vario 150 di kota Yogyakarta.

- h. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Fiqry Pramuja pada tahun 2019 yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Lazada Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**.

Variabel pada penelitian ini adalah gaya hidup(X1), kualitas produk(X2) dan keputusan pembelian(Y). Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinan. Hasil persamaan regresi berganda $Y = 5.066 + 0.373 X1 + 0.312 X2$. Hasil uji t memperlihatkan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hasil uji F Gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Nilai R square

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



menunjukkan bahwa 36.1% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Gaya Hidup dan Kualitas Produk. Sedangkan sisanya 63.9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- i. Skripsi yang ditulis oleh Moh Ali Hasan Zumairi pada tahun 2017 dengan judul **“pengaruh gaya hidup, kelompok acuan, citra perusahaan terhadap keputusan pembelian produk sepatu merek adidas di kabupaten pati”**. Variabel pada penelitian ini adalah gaya hidup(X1), kelompok acuan(X2), citra perusahaan(X3) dan keputusan pembelian(Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan Analisis data meliputi uji instrumen, uji hipotesis, uji regresi berganda, uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup dengan variabel keputusan pembelian nilai thitung sebesar $3,529 > t_{tabel}$ sebesar 1,986, dan tingkat signifikan 0,001 di bawah 0,05. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kelompok acuan dengan nilai thitung sebesar $3,466 > t_{tabel}$ sebesar 1,986, dan tingkat signifikan 0,001 di bawah 0,05. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra perusahaan dengan nilai thitung sebesar $3,941 > t_{tabel}$ sebesar 1,986, dan tingkat signifikan 0,000 di bawah 0,05. Secara berganda ketiga variabel independen yaitu: gaya hidup, kelompok acuan, dan citra perusahaan signifikan terhadap keputusan konsumen yang membeli produk sepatu merek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ADIDAS di Kabupaten Pati yang didasarkan pada nilai F_{hitung} sebesar 98,310 > F_{tabel} sebesar 2,701 dan memiliki nilai signifikan 0,000 di bawah 0,05.

- j. Skripsi yang di tulis oleh Hindama Afada pada tahun 2015 yang berjudul **“pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone menurut ekonomi islam (studi kasus mahasiswa ekonomi islam universitas islam negeri sultan syarif kasim riau)”** variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup(X) dan keputusan pembelian(Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone pada mahasiswa ekonomi Islam, hal ini dapat dilihat dari korelasi sebesar 0,691. Dari hasil uji validitas dan realibilitas, diketahui datanya valid dan instrumennya reliable. Dari hasil hasil analisis korelasi sederhana diketahui bahwa 47% keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup. Selanjutnya menggunakan uji t, hipotesis yang didapat ialah terdapat pengaruh gaya hidup yang signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone. Tinjauan ekonomi Islam terhadap gaya hidup dan keputusan pembelian smartphone adalah pada umumnya belum sesuai dengan prinsip Islam, karena masih banyak yang membeli karena popularitas bukan karena kebutuhan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

k. Skripsi yang ditulis oleh Sharky Adrian pada tahun 2020 yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Ovo Payment(Studi Kasus: Generasi Milenial Di Jakarta)”** variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup(X1), motivasi(X2) dan keputusan pembelian(Y). Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan uji statistic yaitu uji t (Parsial) dan uji F (Simultan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk menggunakan OVO-Payment. Sedangkan pada variabel motivasi terdapat pengaruh secara positif dan signifikan. Secara simultan/bersama-sama gaya hidup dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk menggunakan OVO-Payment. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian selain gaya hidup dan motivasi yang menjadi varaibel bebas dalam penelitian ini.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah pada penetapan objek yang diteliti serta kondisi yang terjadi saat ini.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Metode Penulisan

Adapun metode penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Metode deduktif yaitu pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode deskriptif yaitu dengan menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh. Kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami penelitian ini, penulis mengklasifikasikan penelitian ini dalam beberapa bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini, dipaparkan tentang Latar Belakang Masalah, Batasan usn Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, dan juga Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum subjek penelitian. Hal ini dimulai dari Sejarah Singkat Toko Maswir Ponsel, Struktur Organisasi, Ketenagakerjaan dan Produknya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Pada bab ini akan dijelaskan tentang pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko maswir ponsel air tiris pada masa pandemi Covid-19 ditinjau menurut ekonomi islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab hasil penelitian dan pemahaman yang menjawab permasalahan dalam penelitian mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* di toko maswir ponsel air tiris pada masa pandemi Covid-19 ditinjau menurut ekonomi islam.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan selanjutnya memberikan saran-saran yang ditujukan untuk memperbaiki kondisi penulisan yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Toko Maswir Ponsel

Toko maswir ponsel adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang perdagangan handphone dengan berbagai merek seperti Oppo, Vivo, Xiaomi, Realme dll. Toko Maswir ponsel berdiri sejak 17 agustus 2018, seiring kematangannya dalam berbagai aspek, perusahaan terus berkembang seiring berjalannya waktu dengan komitmen dan kepercayaan dalam menjaga loyalitas konsumen. Hingga pada tanggal 8 maret 2019 toko maswir ponsel membuka toko cabang keduanya di Bangkinang sedangkan toko pusat Maswir ponsel berlokas di Air Tiris.²⁴

B. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi perusahaan yang sukses dan bermanfaat bagi masyarakat.

1. Misi

- a. Menjual produk dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau
- b. Memberikan pelayanan yang terbaik.
- c. Meningkatkan variasi produk yang selalu mengikuti trend masa kini.²⁵

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam

²⁴ Wawancara dengan Agusti Rahman 17 Februari 2021 di Toko Maswir Ponsel Air Tiris

²⁵ Ibid

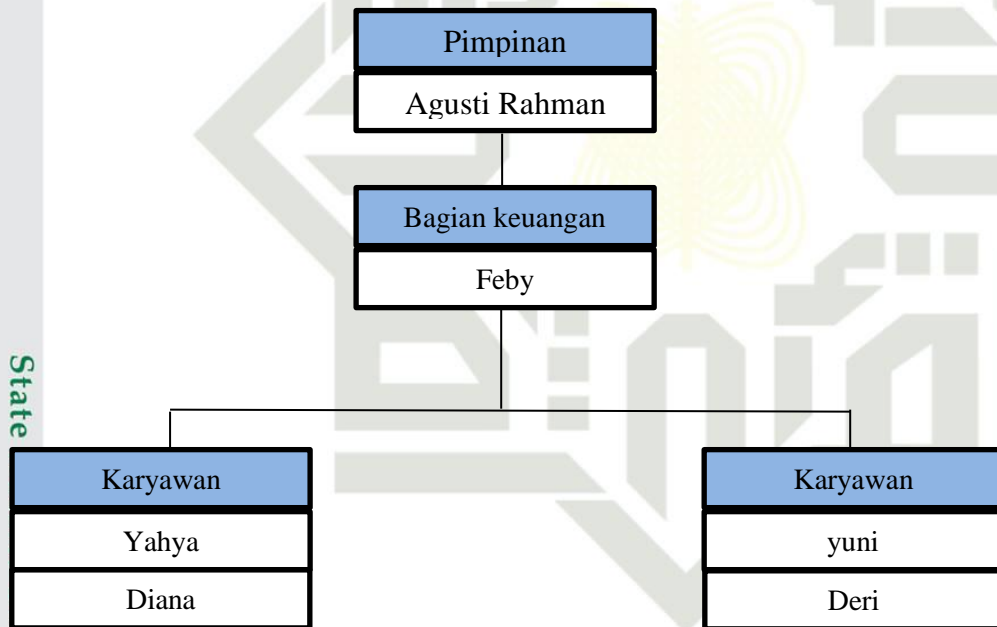
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggungjawaban apa yang dikerjakan.

Adapun struktur organisasi pada toko Maswir ponsel adalah seperti gambar berikut ini:

Gambar II.1
Struktur Organisasi Toko Maswir Ponsel



1. Pimpinan

Adapun wewenang dan tanggung jawab pimpinan adalah sebagai berikut:

- a. Memimpin, merencanakan, dan mengendalikan perusahaan
- b. Turun langsung untuk membeli barang atau produk yang diperlukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Membuat kebijakan untuk memajukan perusahaan
- d. Menjalin hubungan baik antara sesama pembisnis

2. Bagian keuangan

Adapun tugas dari bagian keuangan yaitu:

- a. Membuat laporan keuangan terperinci dan tepat waktu yang di sampaikan kepada pemimpin perusahaan
- b. Melaksanakan penerimaan dan pembayaran uang serta mencatat keluar masuknya kas.
- c. Memonitor antara biaya karyawan dengan yang dilaporkan oleh masing-masing divisi.

3. Karyawan

Adapun tugas dari karyawan yaitu:

- a. Melayani konsumen yang berbelanja serta membantu konsumen menemukan produk yang dibutuhkan
- b. Mencatat setiap barang yang terjual kedalam nota pembelian
- c. Mengecek ketersediaan stock suatu barang

D. Ketenagakerjaan dan Produknya

1. Jam Kerja

Dalam menjalankan kegiatan usaha toko Maswir ponsel mengadakan kebijakan waktu jam kerja dimana toko Maswir ponsel beroperasi setiap hari pada pukul 08.00 pagi hingga pukul 22.00 malam.

3. Sistem pengupahan

Adapun sistem pengupahan yang diterapkan oleh toko maswir ponsel adalah dengan sistem upah bulanan sesuai dengan kondisi tarif upah di daerah masing masing.

4. Sistem penjualan

Sistem penjualan pada toko maswir ponsel yaitu dengan sistem penjualan offline dan juga melayani penjualan online melalui instagram dan toko maswir ponsel juga melayani COD (*Cash On Delivery*).

4. Produk toko maswir ponsel

Produk yang dijual pada toko maswir ponsel adalah berbagai jenis handphone seperti Oppo, Vivo, Samsung, Realme, Xiaomi, dan berbagai jenis merek hendphone lainnya.²⁶

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Gaya Hidup

1. Pengertian gaya hidup

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat.²⁷ Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.²⁸

Sedangkan menurut Setiadi gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat).²⁹

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur

²⁷ KBBI, 2021. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/rehabilitasi> [Diakses pada 24 juni 2021]

²⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), h.19

²⁹ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana , 2008), h. 148

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.

Gaya hidup adalah konsep yang lebih kontemporer, lebih komprehensif, dan lebih berguna dari pada kepribadian. Karena alasan ini, perhatian yang besar harus dicurahkan pada upaya memahami konsepsi atau kata yang disebut Gaya hidup, bagaimana gaya hidup diukur, dan bagaimana gaya hidup digunakan. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

2. Indikator Gaya Hidup

Setiadi menjelaskan bahwa Gaya hidup akan berkembang pada masing-masing dimensi (aktivitas, interest, opini/AIO) seperti telah diidentifikasi oleh Plummer dan Assael yang terjadi dalam tabel berikut:³⁰

³⁰ Setiadi J Nugroho, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 82.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel III.1
Dimensi Pengukuran Gaya Hidup

Aktivitas	Interest (minat)	Opini
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri
Hobi	Rumah	Masalah sosial
Pariwisata sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggota club	Pakaian	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	budaya

Sumber: Dimensi Gaya Hidup Menurut J Setiadi Nugroho (2013)

Menurut Sunarto, terdapat 3 indikator gaya hidup seseorang, yaitu sebagai berikut³¹:

- a. Kegiatan (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. Minat (*Interest*) adalah objek pariwisata, atau topik dalam tingkat yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
- c. Opini/pendapat (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini

³¹ Silvy L, Mandey. *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen* Jurnal Vol. 6. No. 1, 2009, h. 93



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan menimbang konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

3. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup (*Life Style*) Menurut pendapat Amstrong gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.³² Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung

³² Nugraheni, W. N. A, *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Di Riau dari Lokasi Tempat Tinggal*, (Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS, 2003), h. 15

pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

b. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep Diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni sebagai berikut:

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak- haknya serta kewajibannya.

Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan dalam kebudayaan. Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaankebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat.

d. Kebudayaan

Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Jenis-jenis Gaya Hidup

Menurut Mowen dan Minor, Terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut :

- a. *Functionalist* yaitu Menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.
- b. *Nurturers* yaitu muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumahtangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata. *Nurturers* yaitu muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumahtangga dan nilainilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.
- c. *Aspirers* yaitu Berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik Yuppie klasik. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.
- d. *Experientials* yaitu Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan (convenience). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.
- e. *Succeeders* yaitu Rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.

- f. *Moral majority* yaitu Pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap emptynest. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.
- g. *The golden years* yaitu kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk pada modal dan hiburan.
- h. *Sustainers* yaitu Kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua
- i. *Subsisters* yaitu tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.³³

5. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Gaya Hidup

Gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktunya.³⁴

³³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: PT Ghalia Indonesia, 2011), h.45.

³⁴ Jhon C Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumsi Jilid 1 Edisi ke 5*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 282

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam dunia modern, gaya hidup selalu mendefinisikan sikap, nilai-nilai, kelas dan stratifikasi sosial seseorang. Segalanya selalu dilihat tampak luar. Sebab, *image* yang ditampilkan atau citra yang direfleksikan selalu dianggap mendefinisikan eksistensi kita. Maka, pada saat ideologi gaya hidup semacam ini menjadi terasa lazim dan normal, imagologi bukan lagi sesuatu yang jauh dari sekedar wacana. Ia telah benar-benar berada disekeliling kita, bahkan lebih dekat, menjadi sesuatu diam-diam yang kita anut.

Telah menjadi perilaku manusia secara umum untuk lebih boros menghamburkan uang jika mendapat kemudahan ekonomi, seolah-olah kekayaannya tidak berarti jika pemiliknya tidak mempergunakannya untuk keperluan yang lebih besar dan lebih mewah, walaupun kebutuhan-kebutuhan tersebut kurang penting, seperti dijelaskan dalam surat Asy-Syuura ayat 27:

﴿ وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَٰكِن يُنزِلُ بِقَدَرٍ مَّا يَشَاءُ ۚ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ ﴾

Artinya: “Dan jikalau Allah melapangkan rezeki kepada hamba-hamba-Nya tentulah mereka akan melampaui batas di muka bumi, tetapi Allah menurunkan apa yang dikehendaki-Nya dengan ukuran. Sesungguhnya Dia Maha Mengetahui (keadaan) hamba-hamba-Nya lagi Maha Melihat”. (asyyura:27)

Secara global, Al-qur’an telah menjelaskan cara mengelola materi yang intinya mencakup dua hal, “ushul iqtishad”, yaitu *husnun nazhari fi’tisabil maal* (kecakapan mencari materi) dan *husnun nazhari fi sharfihi*

fi masharifihi (kecakapan membelanjakan harta pada pos-pos pengeluaran yang tepat). Lihatlah, Allah SWT membuka jalan untuk memperoleh harta melalui cara-cara yang tetap menjaga harga diri dan agama (pekerjaan yang halal). Allah SWT berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Al-jumu’ah:10)”

Agar tercipta mental yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, tengah-tengah, dan tidak boros dalam pengeluaran. Allah SWT berfirman :

قُلْ أَغْيَرَ اللَّهُ وَابْنًا فَاطِرِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَهُوَ يُطْعِمُهُ وَلَا يُطْعَمُ قُلٌّ إِنَّي أُمِرْتُ أَنْ أَكُونَ أَوَّلَ مَنْ أَسْلَمَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿١٤﴾

Artinya :”Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebon yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (al-an’am:14)”

Nabi Muhammad SAW memperingatkan bahwa hidup bermewahmewah meskipun dengan barang-barang yang sifatnya mubah, dapat berpotensi menyeret manusia dalam pemborosan. Ini juga dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan bahwa manusia tersebut tidak memberikan apresiasi yang seharusnya terhadap harta yang merupakan nikmat Allah, sehingga termasuk dalam perilaku yang menyia-nyiakan harta.

Orang dengan gaya hidup dalam Islam yang sebenarnya dijelaskan dalam firman Allah : surat Al-Furqan ayat 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : *”Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (al-furqan:67)”*

Mereka tidak menghambur-hamburkan uang dengan belanja diluar kebutuhannya. Juga bukan orang-orang yang bakhil kepada keluarganya, sehingga kebutuhan bagi keluarganya terpenuhi dan tidak kekurangan. Mereka membelanjakan hartanya secara adil. Dan sebaik-baik urusan adalah yang tengah-tengah, tidak berlebihan ataupun tidak kikir.³⁵

B. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Sudaryono mendefinisikan keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan, dari beberapa alternatif yang tersedia. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan yaitu membeli atau tidak membeli, dan kemudian dia memilih,

³⁵ Hammad Ashim bin Mustofa, *Nikmatnya Hidup Sederhana*, <http://msulhan.wordpress.com/2013/02/27/nikmatnya-hidup-sederhana/> (Diakses: 25 Juni 2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka dia ada dalam posisi membuat keputusan.³⁶

Menurut Usman Efendi mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah merupakan hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya.³⁷ Menurut Ujang Suwarman pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya.³⁸

Menurut J. Setiadi Nugroho pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.³⁹

Menurut Boyd Walker Larreche pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. Walaupun nyata sekali bahwa berbagai konsumen akhirnya memilih untuk membeli barang-barang yang berbeda disebabkan

³⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Andi Offset, Yogyakarta, 2016, h. 99-100.

³⁷ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2016, h. 247.

³⁸ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Graha Indonesia, Bogor, 2011, h. 377

³⁹ J. Setiadi.nugroho, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Pranada Media Group, Jakarta, 2003, h. 332.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh perbedaan karakteristik pribadi (kebutuhan, manfaat yang dicari, sikap, nilai, pengalaman masa lalu, dan gaya hidup) dan pengaruh sosial (perbedaan kelas sosial, kelompok rujukan, atau kondisi keluarga).⁴⁰

Jadi dapat di simpulkan dari beberapa pendapat di atas bahwa keputusan pembelian adalah proses pengambilan dua keputusan atau alternatif-alternatif untuk melakukan pembelian produk sesuai apa yang dibutuhkan. Dalam pengambilam keputusan, semua aspek berpengaruh dan kondisi terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, arti, kepercayaan yang diaktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam penerjemahan informasi baru di lingkungan.

2. Proses Pembelian

a. Tahap Pra-pembelian

Pada tahapan ini beberapa perilaku yang terjadi meliputi:

1) Mencari informasi (*information Contact*).

Konsumen akan mencari informasi mengenai produk, merek atau toko dari berbagai sumber seperti koran, majalah, radio, dan televisi. Konsumen juga berkomunikasi dengan tenaga penjual, teman, dan kerabatnya mengenai produk, merek atau toko.

2) Mengambil Dana (*Fund Access*).

Selain perlu mencari informasi mengenai produk dan merek mereka yang akan dibeli, konsumen juga perlu mengetahui dari mana dana yang akan dipakai untuk membeli produk tersebut.

Pembelian produk umumnya menggunakan uang sebagai medium

⁴⁰ Boyd. Walker. Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi Dengan Oriantasi Global*, Erlangga, Jakarta, 2000, h. 122

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

utama pertukaran. Uang digunakan dalam berbagai bentuknya, tidak selalu dalam bentuk fisik uang, misalnya uang kertas dan koin. Konsumen mungkin akan menggunakan cara pembayaran: bayar tunai, cek, kartu kredit, kartu debit, kartu ATM, kredit melalui lembaga keuangan, dan kredit melalui toko.⁴¹

b. Tahap Pembelian

Pada tahap kedua, perilaku meliputi berhubungan dengan toko, mencari produk, dan melakukan transaksi.

1) Berhubungan dengan Toko (*Store Contact*).

Adanya keinginan membeli produk akan mendorong konsumen untuk mencari toko atau pusat perbelanjaan (*mal*) tempat ia membeli produk tersebut. Kontak dengan toko akan dilakukan oleh konsumen untuk menentukan toko mana yang akan dikunjungi. Berbagai cara telah dilakukan oleh pemilik toko dan pusat pertokoan agar bisa menarik konsumen untuk mengunjungi tokonya.

2) Mencari produk (*Product Contact*).

Setelah konsumen mengunjungi toko, maka selanjutnya ia harus mencari dan memperoleh produk yang akan dibelinya. Ia akan harus mencari lokasi dimana produk ditempatkan didalam toko tersebut. Pemilik toko berkepentingan agar konsumen selalu mengunjungi tokonya, sedangkan produsen berkempentingan untuk mempromosikan produknya agar dibeli konsumen.

⁴¹ Sumarwan. Ujang, *Op. Cit.*, h. 378.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

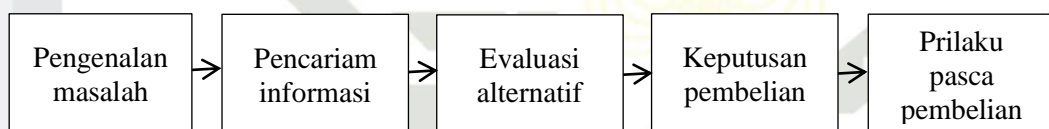
3) Transaksi (*Transaction*).

Tahap ketiga dari proses pembelian adalah melakukan transaksi, yaitu melakukan pertukaran barang dengan uang, memindahkan kepemilikan barang dari toko kepada konsumen. Kenyamanan seorang konsumen berbelanja di sebuah toko bukan saja ditentukan oleh banyaknya barang yang tersedia, kemudahan memperoleh barang di dalam toko, dan daya tarik promosi yang dilakukan konsumen.⁴²

3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Periset pemasaran telah mengembangkan “model tingkat” proses keputusan pembelian konsumen melalui beberapa tahap, sebagai berikut:⁴³

Gambar III. 2
Proses Keputusan Pembelian Konsumen



Keterangan:

a. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Lalu mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu pengaruh gaya hidup.

⁴² Ujang Suwarman, *Op. Cit.*, h.379- 380

⁴³ Philip Kotler, Kevin Lane Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Erlangga, Jakarta, 2009, h. 184.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pencarian informasi

Secara umum konsumen menerima informasi terpenting tentang sebuah produk komersial yaitu sumber yang didominasi pemasar. Setiap sumber informasi melaksanakan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sumber komersial biasanya melaksanakan fungsi informasi, sementara sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi atau evaluasi.

c. Evaluasi alternatif

Beberapa konsep dasar memahami proses evaluasi, sebagai berikut:

- 1) Konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
- 2) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
- 3) Konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan.

d. Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan: merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.

e. Perilaku pasca pembelian

Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengarkan hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Karena itu tugas pemasar tidak berakhir dengan pembelian. Pemasar harus mengamati keputusan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan penggunaan produk pasca pembelian.⁴⁴

4. Struktur Tentang Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan, sebagai berikut:⁴⁵

a. Keputusan tentang jenis produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.

b. Keputusan tentang bentuk produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli bentuk produk tertentu, keputusan tersebut menyangkut ukuran, mutu produk.

c. Keputusan tentang merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli

d. Keputusan tentang penjualnya

Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli, apakah di pedagang besar atau di pengecer atau ditoko lain.

⁴⁴ *Ibid.*, h 184-190.

⁴⁵ Basu Swastha Dharmmesta. T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 2013, h. 102.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Keputusan tentang jumlah produk

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat.

- f. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian.

- g. Keputusan tentang cara pembayaran.

Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli.⁴⁶

5. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Seperti halnya dari keputusan-keputusan lainnya, dalam hal keputusan pembelian konsumen juga mempunyai beberapa faktor-faktor yang menyebabkan konsumen mempunyai keputusan untuk membeli di tempat tersebut.

Menurut Philip Kotler keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya⁴⁷:

- a. Faktor budaya

Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yang mana faktor budaya ini terdiri dari budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas sosial adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang

⁴⁶ *Ibid.*, h. 103-104

⁴⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: IKAPI, 2000) h. 183

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial dipengaruhi oleh: kelompok acuan, keluarga, dan status sosial.⁴⁸

- 1) Kelompok acuan: seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut
- 2) Keluarga: merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota para keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh
- 3) Peran dan status sosial: peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status.

c. Faktor Pribadi

Karakteristik tersebut meliputi⁴⁹:

- 1) Usia dan tahap siklus hidup: orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya.
- 2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi
- 3) Gaya hidup: pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya.
- 4) Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian adalah ciri bawaan

⁴⁸ *Ibid*, h. 187

⁴⁹ *Ibid*, h. 191

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

psikologi manusia yang terbedakan yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Konsep diri ada 3 yaitu konsep diri aktual (memandang dirinya seperti apa), konsep diri ideal (memandang dirinya ingin seperti apa), konsep diri orang lain (manganggap orang lain memandang dirinya seperti apa).

d. Faktor Psikologis

Pilihan membeli seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu⁵⁰:

1) Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya diasakan. Kebuuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya, motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.⁵¹

⁵⁰ *Ibid*, h. 169-200

⁵¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsume Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), h. 11-12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya⁵²

3) Sikap Konsumen

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

6. Indikator Keputusan pembelian

Menurut Kotler, indikator keputusan pembelian meliputi:⁵³

a. Kemantapan pada suatu produk.

Dalam melakukan pembelian, konsumen akan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk

⁵² Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 79-80.

⁵³ Philip Kotler dan Kevin Lance Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 212

apakah produk tersebut benarbenar ingin digunakan atau dibutuhkan.

- b. Kebiasaan dalam membeli produk.

Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu, konsumen akan merasa tidak nyaman jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka cenderung memilih produk yang sudah biasa digunakan.

- c. Merekomendasikan kepada orang lain.

Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.

- d. Melakukan pembelian ulang

Kepuasan konsumen dalam menggunakan sebuah produk akan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang produk tersebut. Mereka merasa produk tersebut sudah cocok dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan harapkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dalam islam dikenal dengan kata *khiyar*, yang artinya mencari yang terbaik diantara dua pilihan, yaitu meneruskan atau membatalkan jual beli. Secara *lughah* (bahasa), *khiyar* berarti memilih, menyisihkan atau menyaring. Secara kebahasaan, kata *khiyar* berasal dari kata *khair* yang berarti baik.

Dengan demikian *khiyar* dalam pengertian bahasa yaitu memilih dan menentukan sesuatu yang terbaik dari dua hal atau lebih untuk dijadikan pegangan dan pilihan. Dalam proses apapun Allah SWT melarang umatnya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktifitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, juga antara yang baik dan buruk. Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Maidah ayat 100 :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي
 الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya: “Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah. Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan." (Al-Maidah: 100).

Hak *khiyar* ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata seperti konsumsi, agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Tujuan diadakan *khiyar* orang yang berjualbeli dapat memikirkan kemaslahatan masing-masing lebih jauh, supaya tidak akan terjadi penyesalan di kemudian hari karena merasa tertipu.⁵⁴

⁵⁴ Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam persepektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi, hak *khiyar* itu ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan jual-beli. Dari satu segi memang *khiyar* (opsi) ini tidak praktis karena mengandung arti ketidakpastian suatu transaksi, *khiyar* ini yaitu jalan terbaik.

Dalam islam sendiri dalam melakukan keputusan pembelian produk diwajibkan untuk melakukan pembelian pada produk yang sudah terjamin halal dan *toyyibah* (baik, bersih, dan suci) dari bahan yang dikandung, pengolahannya harus baik, serta aman untuk dikonsumsi. Seperti yang terkandung dalam Al-qur'an surah Al-Baqarah ayat 168 dimana dalam memutuskan melakukan pembelian atau menggunakan produk harus pada konsumsi produk terjamin halal, baik, dan suci agar membawa manfaat.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُم
عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya: “Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi yang dapat diartikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini juga diuji dengan menggunakan uji t dengan tingkat signifikan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, Maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk uji Koefisien Determinasi (R^2) hasil pengelolaan data menunjukkan bahwa nilai R^2 menggambarkan bahwa variabel gaya hidup memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan sisa dari hasil persentase Koefisien Determinasi (R^2) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Antara variabel independen (gaya hidup) dengan variabel dependen (keputusan pembelian) memiliki hubungan yang sedang karena berdasarkan output diketahui nilai R sebesar 0.502 atau 50,2%.
2. Tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, sebab masih banyak yang membeli handphone karena berdasarkan popularitas dan tren, bukan karena kebutuhan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran terkait hasil penelitian sebagai berikut :

1. Perlunya dikembangkan dan ditingkatkan lagi kualitas dalam penjualan produk agar selalu mengikuti Trend masa kini. Karena dengan begitu dapat menarik konsumen untuk membeli handphone di toko Maswir ponsel air tiris yang ingin mengikuti gaya hidup masa kini.
2. Kepada masyarakat agar lebih memperhatikan gaya hidup supaya sesuai dengan ajaran Islam, Sehingga tidak terseret ke dalam gaya hidup yang tinggi. Dalam Ekonomi Islam mengkonsumsi suatu barang haruslah memperhatikan manfaat dan kegunaan barang tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Boyd. Wlaker. Larreche, 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Alih bahasa Imam Nurmawan, Jakarta: Erlangga.
- Departemen Agama, Al-Quran Al-karim dan Terjemahan, lembaga percetakan Al-Quran Raja Fahd, 1418 H
- Dharmmesta, Basu Swastha T. Hani Handoko, 2013, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, BPFE.
- Effendi, Usman. 2016, *Psikologi Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Gani, Irwan. 2015. *Alat Analisis Data ; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*, Yogyakarta: Andi
- Istijanto, 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Gramedia
- Jhon C Mowen, Michael Minor, 2001, *Perilaku Konsumsi Jilid 1 Edisi ke 5*, Jakarta: Erlangga
- Kasmir, 2012. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT raja Grafindo Persada
- Kotler dan Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: IKAPI
- Kotler, Philip. Kevin Lane Kotler, 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Erlangga, Jakarta,
- Maffliih, 2006. *Perilaku Konsumen Dalam persepektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Manandar, A .S. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*, Depok : Penerbit Universitas Indonesia UI Press
- Nugraheni, W. N. A, 2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*, Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS,
- Nugroho, 2003. *Prilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Jakarta: Kencana,
- Nugroho, J. Setiadi, 2008. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Kencana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nugroho, J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsuen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta ,Pranada Media Group

Nugroho, Setiadi J. 2013 *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Philip Kotler dan Kevin Lance Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*, Jakarta: Erlangga,

Priyatno, Duwi. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi Offset

Riduwan, 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta

Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen cet ke 3* Jakarta:PT Gramedia,

Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Andi Offset,

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabet

Suwarman, Ujang. 2011, *Perilkau Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor : Ghalia Indonesia,

Suliyanto, 2011. *Ekonometrika Terapan, Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi

Syamsuddin, dkk, 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: PT Ghalia Indonesia, 2011), h.45.

Umar,Husein, 2009. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo

Yusuf, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri

B. Jurnal

Dewi,Wahyu Aji Fatma *Dampak Covid-19 Terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar*. Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan Vol. 2 No. 3, April 2020, h. 56



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halahap, Dedi Ansari. “*Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan*”. Jurnal Keuangan dan Bisnis. Vol. 7, No. 3, November 2015.

Milly Lingkungan Mokoagouw, *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Universitas Sam Ratulangi, Manado. Vol. 16 No. 01, 2016.

Silva L, Mandey. *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen* Jurnal Vol. 6. No. 1, 2009.

Tri Harnoto dan Yunita Budi Rahayu Silintowe, *Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup*. Modus Vol. 30 No. 2, (2018) h.181

C. Website

Hammad Ashim bin Mustofa, *Nikmatnya Hidup Sederhana*, <http://msulhan.wordpress.com/2013/02/27/nikmatnya-hidup-sederhana/> (Diakses: 25 Juni 2021).

KBBI, 2021. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (Online) Available at: <http://kbbi.web.id/rehabilitasi> (Diakses pada 24 juni 2021)



KUISONER

PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DI TOKO MASWIR PONSEL AIR TIRIS PADA MASA PANDEMI COVID 19 DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Responden yang terhormat,

Nama saya Lelly Melany Putri , saya adalah mahasiswi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi untuk meraih gelar Strata 1 pada program studi ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di toko Maswir Ponsel air tiris ditinjau menurut ekonomi syariah. untuk itu, mohon kesediaan bapak/ibu untuk berpartisipasi dalam mengisi kuisioner ini dengan jujur demi kelancaran dalam penelitian ini. Tidak ada jawaban yang salah dalam pengisian kuisioner ini, dan peneliti akan menjamin identitas bapak/ibu akan kami rahasiakan. Atas bantuan bapak/ibu kami ucapkan terimakasih.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© **Hak cipta milik UIN Suska Riau**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Identitas Responden

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 17-23 24-29 30-35
 : >35

Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA
 Diploma Sarjana

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut anda sesuai
2. Berilah tanda ceklis (√) atau silang (×) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda.

Keterangan jawaban:

Keterangan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
N (Netral)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

3. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja
4. Setelah mengisi kuisioner mohon untuk mengembalikan kepada yang menyerahkan kuisioner.



C. Kuisioner Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	A. GAYA HIDUP (X)	Skala Ukur				
		SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya Handphone yang dibeli digunakan untuk kegiatan belajar online					
2	Menurut saya handphone yang dibeli digunakan untuk keperluan bisnis					
3	Saya suka membeli handphone di toko maswir ponsel air tiris karena harganya terjangkau					
4	Saya gemar mengoleksi berbagai macam jenis handphone					
5	Menurut saya jika tidak memiliki handphone merasa ketinggalan trend					
6	Menurut saya dengan memakai handphone gaya hidup menjadi lebih mewah					
No	B. Keputusan Pembelian (Y)	Skala Ukur				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya suka dengan produk di Toko Maswir Ponsel					
2	Saya suka berbelanja di toko maswir ponsel karena kualitas produknya bagus					
3	Saya selalu membeli handphone di toko Maswir ponsel					
4	Saya sering berbelanja di toko Maswir ponsel karena alasan manfaat barang					
5	Saya mengajak teman dan saudara untuk membeli handpone di toko maswir ponsel					
6	Saya juga mempromosikan toko maswir ponsel kepada teman					
7	Saya akan membeli ulang produk dengan merk yang sama karena alasan kuliatas produknya bagus					
8	Saya akan kembali datang untuk membeli handphone di toko maswir ponsel					

DATA TABULASI

NO	GAYA HIDUP						TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN								TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	4	3	3	4	4	3	21	4	3	3	4	3	4	4	3	28
2	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	3	4	4	31
3	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	3	3	4	3	3	20	4	3	3	4	4	4	4	4	30
5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	4	4	3	4	27
7	4	3	4	3	4	4	22	4	3	4	3	3	3	3	3	26
8	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	4	3	3	3	3	4	20	4	3	3	4	4	3	3	3	27
10	4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	4	3	4	3	3	28
11	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	3	3	3	4	3	4	20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	3	3	3	25
15	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	4	4	3	4	4	28
17	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	4	3	31
18	3	3	4	4	4	3	21	3	3	4	4	3	3	3	3	26
19	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	4	3	3	4	4	27
20	3	4	3	4	3	3	20	3	4	3	4	4	3	3	3	27
21	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	3	3	4	3	4	26
22	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	3	3	4	26
23	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	3	4	3	3	4	29
24	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	3	4	4	27
25	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	4	4	4	3	4	28
26	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	4	3	4	4	27
27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	3	2	2	3	3	3	16	3	2	2	4	4	3	3	3	24
29	3	2	2	3	3	3	16	3	2	2	4	4	3	3	3	24
30	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	4	3	3	3	4	3	20	4	3	3	3	3	3	4	3	26
32	3	4	3	4	3	3	20	3	4	3	4	4	3	3	3	27
33	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
34	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	1	3	3	3	3	3	16	1	3	3	1	1	1	3	3	16
37	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	4	4	31
38	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	4	4	3	3	4	28
39	4	4	3	4	2	4	21	4	4	3	4	4	3	4	4	30
40	3	2	2	3	3	3	16	3	2	2	3	3	3	3	4	23
41	4	3	3	2	3	4	19	4	3	3	4	4	2	3	4	27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak

Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

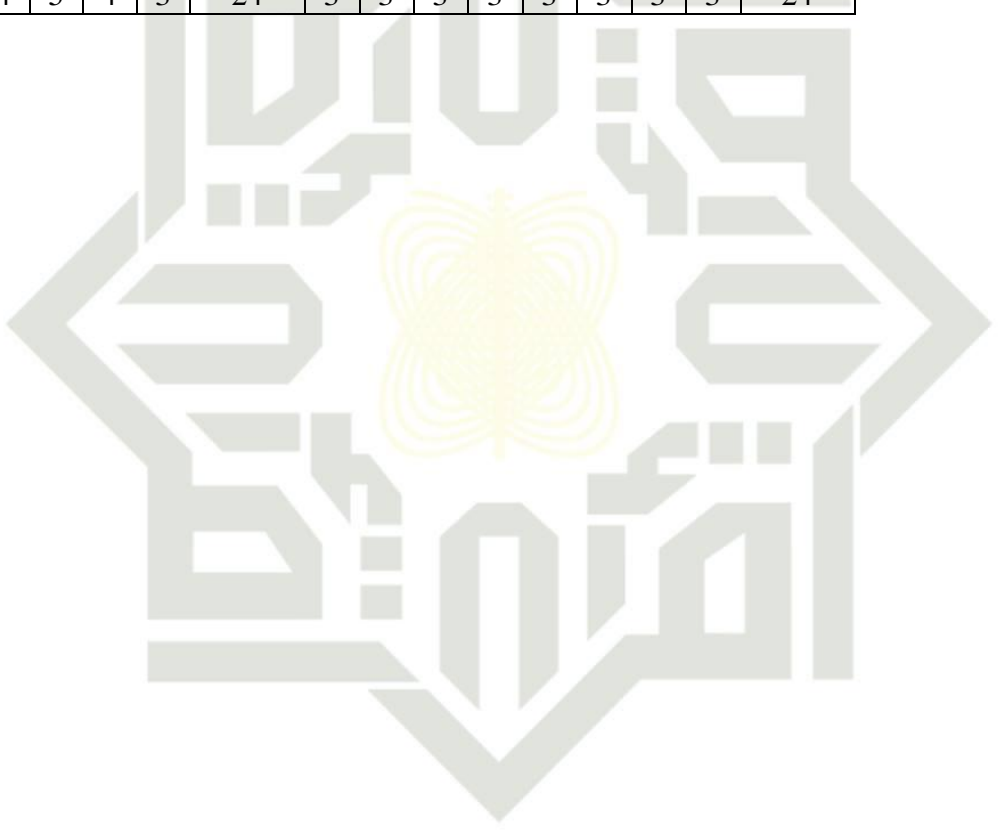
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

41	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	4	3	2	3	3	25
42	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	3	4	4	30
43	4	3	4	3	3	4	21	4	3	4	4	4	3	3	4	29
44	4	4	2	2	3	4	19	4	4	2	4	3	4	3	4	28
45	4	3	4	3	4	3	21	4	3	4	4	4	3	3	4	29
46	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	3	4	3	4	3	21	4	3	4	3	4	3	4	3	28
48	4	4	3	4	3	3	21	4	4	3	3	4	2	3	3	26
49	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	4	3	3	3	3	25
50	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	3	3	3	4	3	25
51	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	3	4	3	3	2	3	18	3	4	3	3	3	3	3	3	25
53	4	3	2	3	3	3	18	4	3	2	2	3	4	3	2	23
54	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
55	3	3	3	2	2	2	15	3	3	3	3	3	2	2	3	22
56	4	3	4	3	3	3	20	4	3	4	3	4	3	3	3	27
57	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	4	3	3	23
59	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	3	2	3	2	3	17	4	3	2	3	3	3	3	3	24
61	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
62	4	4	4	4	3	3	22	3	4	3	4	2	3	3	3	25
63	3	4	3	3	3	3	19	3	4	3	4	4	4	4	4	30
64	3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	4	3	3	3	3	25
65	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	4	3	3	3	4	26
66	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	4	3	4	3	4	27
67	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	3	3	25
68	3	3	3	3	3	3	18	3	2	3	3	3	3	3	3	23
69	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	4	25
70	3	2	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
71	3	3	3	3	3	4	19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
73	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	4	4	4	4	4	31
74	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
75	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
76	3	4	4	4	4	4	23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
77	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
78	3	3	3	4	3	3	19	3	4	2	2	2	2	3	3	21
79	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	3	3	4	3	28
80	3	4	2	3	3	3	18	3	2	2	2	3	2	4	4	22
81	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	3	2	2	4	1	1	13	4	3	3	4	3	3	3	3	26
83	4	4	4	4	4	4	24	4	2	3	2	3	2	3	3	22
84	4	3	3	3	3	3	19	3	3	2	3	3	2	3	3	22
85	4	2	3	3	2	2	16	4	4	3	4	4	4	4	3	30

© UIN Suska Riau

95	3	3	2	3	2	3	16	3	4	4	2	2	2	4	4	25
96	4	4	3	4	4	4	23	2	4	4	4	4	4	3	3	28
97	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	2	4	4	3	4	3	20	4	3	4	3	3	3	1	1	22
99	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	3	4	25
100	4	3	4	3	3	3	20	3	2	3	2	2	2	2	2	18
101	3	3	3	3	4	4	20	2	2	3	4	4	4	3	4	26
102	2	3	3	3	3	3	17	4	4	4	4	3	3	4	4	30
103	3	2	3	3	3	3	17	4	3	3	4	3	3	4	4	28
104	2	2	3	4	2	3	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
105	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	4	3	3	4	26
106	4	4	4	4	4	3	23	4	3	4	3	4	4	3	3	28
107	4	4	4	5	4	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN
Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	GAYA HIDUP
1	Pearson Correlation	1	.380**	.375**	.188	.216*	.281**	.580**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.063	.033	.005	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
2	Pearson Correlation	.380**	1	.555**	.422**	.405**	.494**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
3	Pearson Correlation	.375**	.555**	1	.437**	.562**	.423**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X4	Pearson Correlation	.188	.422**	.437**	1	.442**	.278**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.063	.000	.000		.000	.006	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X5	Pearson Correlation	.216*	.405**	.562**	.442**	1	.538**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X6	Pearson Correlation	.281**	.494**	.423**	.278**	.538**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.006	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
GAYA_HIDUP	Pearson Correlation	.580**	.768**	.793**	.647**	.751**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	KEPUTUSAN PEMBELIAN
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Pearson Correlation	1	.356**	.366**	.363**	.407**	.292**	.339**	.164	.601**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.001	.106	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Hak cipta milik UIN Suska Riau	Pearson Correlation	.356**	1	.530**	.393**	.273**	.376**	.477**	.294**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.007	.000	.000	.003	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	Pearson Correlation	.366**	.530**	1	.320**	.378**	.351**	.346**	.270**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.007	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan	Pearson Correlation	.363**	.393**	.320**	1	.615**	.514**	.362**	.397**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	Pearson Correlation	.407**	.273**	.378**	.615**	1	.526**	.355**	.411**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t	Pearson Correlation	.292**	.376**	.351**	.514**	.526**	1	.373**	.309**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.002	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
State Islamic U	Pearson Correlation	.339**	.477**	.346**	.362**	.355**	.373**	1	.616**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.164	.294**	.270**	.397**	.411**	.309**	.616**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	.106	.003	.007	.000	.000	.002	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
UIN SUSKA RIAU	Pearson Correlation	.601**	.675**	.650**	.742**	.737**	.698**	.700**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.502 ^a	.252	.244	2.898	1.849

a. Predictors: (Constant), GAYA_HIDUP

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

REABILITAS VARIABEL X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

REABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	8

NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.88305217
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.055
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.007
Asymp. Sig. (2-tailed)		.263

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.454	2.332		5.769	.000
GAYA_HIDUP	.662	.116	.502	5.683	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Statistics

		GAYA HIDUP	KEPUTUSAN PEMBELIAN
N	Valid	98	98
	Missing	0	0
Mean		19.87	26.60
Std. Error of Mean		.255	.337
Median		20.00	26.00
Mode		18	24
Std. Deviation		2.527	3.333
Variance		6.384	11.108
Range		11	16
Minimum		13	16
Maximum		24	32
Sum		1947	2607

VARIABEL X

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.1	3.1	4.1
	N	46	46.9	46.9	51.0
	S	48	49.0	49.0	100.0
Total		98	100.0	100.0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.2	8.2	8.2
	3	54	55.1	55.1	63.3
	4	36	36.7	36.7	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	9.2	9.2	9.2
	3	58	59.2	59.2	68.4
	4	31	31.6	31.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.1	3.1	3.1
3	55	56.1	56.1	59.2
4	39	39.8	39.8	99.0
5	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	7	7.1	7.1	8.2
3	54	55.1	55.1	63.3
4	36	36.7	36.7	100.0
Total	98	100.0	100.0	

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.1
3	66	67.3	67.3	70.4
4	29	29.6	29.6	100.0
Total	98	100.0	100.0	

VARIABEL Y

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.1
3	47	48.0	48.0	51.0
4	48	49.0	49.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.2	8.2	8.2
3	56	57.1	57.1	65.3
4	34	34.7	34.7	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	9.2	9.2	9.2
3	59	60.2	60.2	69.4
4	30	30.6	30.6	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	7	7.1	7.1	8.2
3	41	41.8	41.8	50.0
4	49	50.0	50.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	5	5.1	5.1	6.1
3	51	52.0	52.0	58.2
4	41	41.8	41.8	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Y6

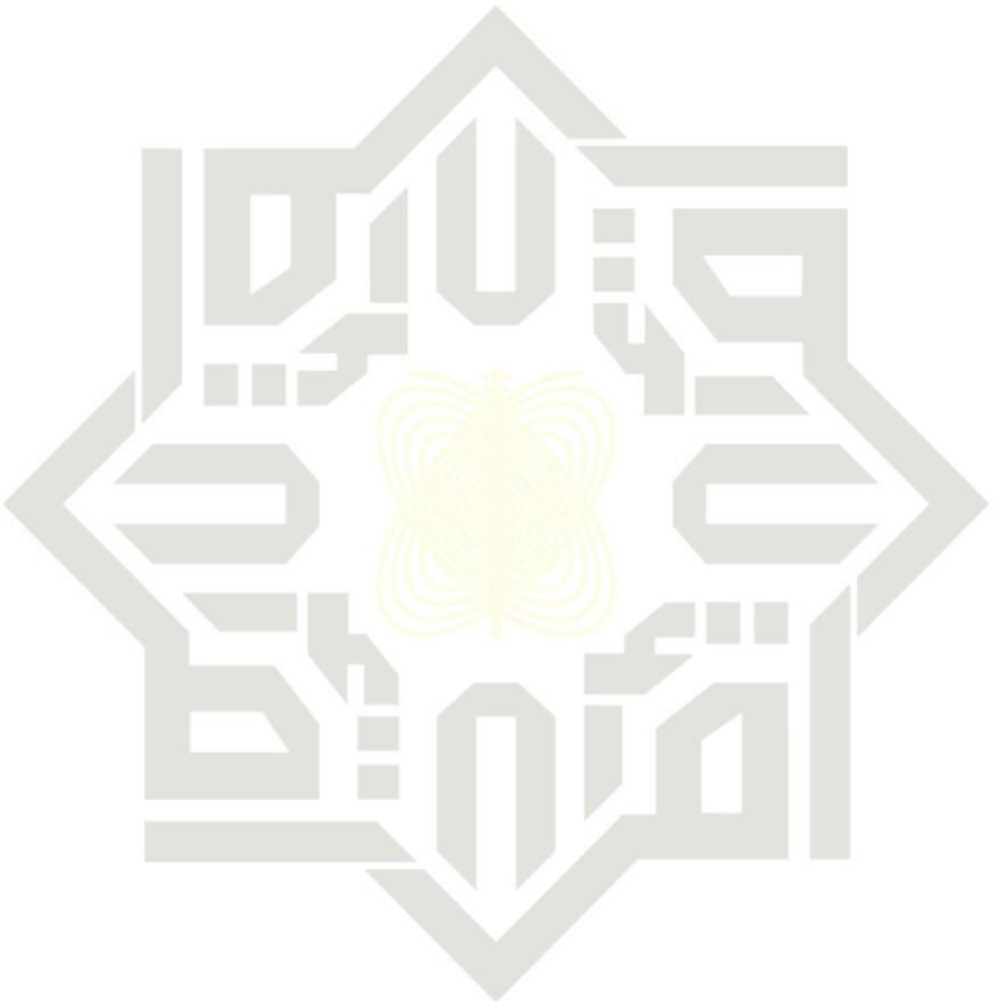
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	10	10.2	10.2	11.2
3	57	58.2	58.2	69.4
4	30	30.6	30.6	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.1
3	60	61.2	61.2	64.3
4	35	35.7	35.7	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.0	2.0	3.1
	3	50	51.0	51.0	54.1
	4	45	45.9	45.9	100.0
	Total	98	100.0	100.0	



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI

© Hak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



if Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Maswir Ponsel Air Tiris Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Lelly Melany Putri

NIM : 11720525001

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Juli 2021 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. H. Mawardi M Shaleh

Sekretaris

Mutasir, M.Sy

Penguji I

Rozi Andrini, ME

Penguji II

Darnilawati, SE., M.Si

Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum

UIN SUSKA RIAU

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : LELLY MELANY PUTRI
NIM : 11720525001
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul : PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DI TOKO MASWIR PONSEL AIR TIRIS PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Pembimbing : Syamsurizal, SE, M.Sc,Ak

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 06 Agustus 2021

Pimpinan Redaksi,

Dr. M. Alpi Svahrin, S.H., M.H., CPL

NIP. 198804302019031010

1. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كآبة الشريعة و القانون
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru,05 Juli 2021

Unsur : 4/F.I/PP.00.9/5181/2021

Biaya :

: 1 (Satu) Proposal

Mohon Izin Riset

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : LELLY MELANY PUTRI
NIM : 11720525001
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : TOKO MASWIR PONSEL AIR TIRIS

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DI TOKO MASWIR PONSEL AIR TIRIS PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan

Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 19741006200501 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/42962
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Pemohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau, Nomor : UIN/04/F.I/P/PP.00.9/5181/2021 Tanggal 5 Juli 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

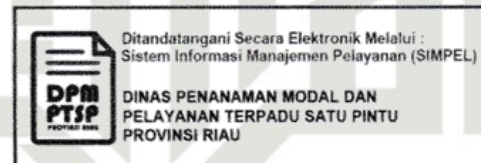
Nama : **LELLY MELANY PUTRI**
 NIM / KTP : 11720525001
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH
 Jenjang : S1
 Alamat : PEKANBARU
 Judul Penelitian : **PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DI TOKO MASWIR PONSEL AIR TIRIS PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**
 7. Lokasi Penelitian : TOKO MASWIR PONSEL AIR TIRIS

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 9 Agustus 2021



Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
 Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau di Pekanbaru
4. Yang bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Assalamualaikum Wr.Wb

Lelly Melany Putri, Anak kedua dari pasangan

Suami istri Sugiono dan Tumini, Penulis dilahirkan di Lenggadai Hulu, 24 Maret 1998. Pada tahun 2003-2004 penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-kanak di TKN Lenggadai Hulu, pada tahun 2004-2010 Penulis menyelesaikan pendidikan jenjang Sekolah Dasar di SDN Lenggadai Hulu, kemudian Pada tahun 2010-2013 penulis menyelesaikan pendidikan jenjang Menengah Pertama di Pondok Pesantren Modern Al-Majidiyah Bagan Batu-Rokan Hilir. Selanjutnya, pada tahun 2013-2016 penulis menyelesaikan pendidikan jenjang Menengah Atas di Pondok Pesantren Modern Al-Majidiyah Bagan Batu-Rokan Hilir, pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah. Semasa kuliah penulis aktif di berbagai organisasi seperti Studi Club Economic Islamic (SCEI) serta aktif di club panahan Uhud Archery dan berhasil menjuarai beberapa event baik dalam provinsi maupun luar provinsi Riau.

Sebagai tugas akhir perkuliahan maka penulis melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Maswir Ponsel Air Tiris Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**"

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.