

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GORDEN DI TOKO
NUR HUMAIRA GORDEN IDI RAYEUK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

RAUZATUL ULLIA
NIM.4032019068



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA 2024 M/ 1445 H**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GORDEN DI TOKO NUR
HUMAIRA GORDEN IDI RAYEUK**

Oleh:

Rauzatul Ullia

Nim : 4032019068

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah

Langsa, 24 Januari 2024

Pembimbing I



Ade Fadillah Fw Pospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

Pembimbing II



Munadiati, M.Sh
NIP. 19880517 202012 2 011

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen Keuangan Syariah



Ade Fadillah Fw Pospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

LEMBAR PENGESAHAN

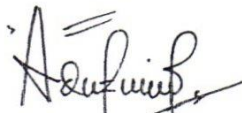
Skripsi berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GORDEN DI TOKO NUR HUMAIRA GORDEN IDI RAYEUK”** a.n Rauzatul Ullia, NIM 4032019068 Program Studi Manajemen Keuangan Syariah telah selesai dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 06 Februari 2024 Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.

Langsa, 06 Februari 2024

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

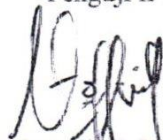
Program Studi Manajemen Keuangan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Ade Fadillah Ew Pospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

Penguji II



Munadiati, M.Sh
NIP. 19880517 202012 2 011

Penguji III



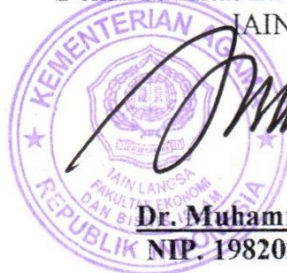
Akmal, SHI, M.E.I
NIDN. 2023068201

Penguji IV



Juli Dwina Puspita Sari, SE, Mbus (ADV)
NIP. 19870706 201903 2 012 005

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 198202052007101001

PERNYATAAN ORISINALITAS

yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rauzatul Ullia
NIM : 4032019068
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GORDEN DI TOKO NUR HUMAIRA GORDEN IDI RAYEUK"** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 06 Februari 2024



Rauzatul Ullia
NIM. 4032019068

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya hidup, biaya, dan tingkat pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen membeli gorden di Toko Nur Humaira Gorden Idi Rayeuk. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah komunitas Idi Rayeuk dan pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden. Ada 100 responden dalam sampel. Regresi linier berganda merupakan strategi analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS 25. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor gaya hidup agak mempengaruhi keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,405 > 1,196$). Penetapan harga mempengaruhi keputusan untuk membeli sebagian; nilai signifikan sebesar $0,222 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($1,228 > 1,196$). Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,605 > 1,196$) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, gaya hidup, harga, dan kualitas layanan berdampak pada keputusan pembelian secara bersamaan. Nilai f taksiran $> f$ tabel ($27,923 > 0,196$) mendukung hipotesis ini.

Kata kunci : Gaya hidup, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The aim of this research is to find out how lifestyle, costs and service levels influence consumers' decisions to buy curtains at the Nur Humaira Gorden Idi Rayeuk Shop. This research uses quantitative research methodology. The research population is the Idi Rayeuk community and customers who have made purchases at the Nur Humaira Gorden Shop. There are 100 respondents in the sample. Multiple linear regression is the analysis strategy used in this research using SPSS 25. Research findings show that lifestyle factors influence purchasing decisions somewhat, with a significance value of $0.001 < 0.05$ and a calculated t value $> t$ table ($3.405 > 1.196$). Pricing influences the decision to purchase some; The significant value is $0.222 < 0.05$ and the calculated t value $> t$ table ($1.228 > 1.196$). The significant value is $0.000 < 0.05$ and the calculated t value $> t$ table ($3.605 > 1.196$) shows that service quality has a partial effect on purchasing decisions. At a significance value of $0.000 < 0.05$, lifestyle, price and service quality impact purchasing decisions simultaneously. The estimated f value $> f$ table ($27.923 > 0.196$) supports this hypothesis.

Keywords : Lifestyle, Price, Quality of Service and Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT dan atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW **“Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gorden Di Toko Nur Humaira Gorden Idi Rayeuk”**

Untuk dapat lulus dari Program Studi (S1) Manajemen Keuangan Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa dengan gelar Sarjana Ekonomi, maka skripsi ini harus diselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan terima kasih:

1. Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA. selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, S.TH., M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Ibu Ade Fadillah Fw Pospos, M.A selaku ketua jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Ibu Juli Dwina Puspita Sari, SE, Mbus (ADV) selaku Penasehat Akademik (PA).
5. Ibu Ade Fadillah Fw Pospos, M.A selaku pembimbing I yang telah memberikan saran dan arahan demi tercapainya mutu penyelesaian skripsi ini.
6. Pembimbing kedua, Ibu Munadiati, M.Sh, memberikan bimbingan dan

arahan guna kelancaran penyelesaian skripsi ini.

7. Seluruh dosen IAIN Langsa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berbagai keahlian dan pengalamannya sangat membantu penulis.
8. Almarhum Bapak Zulkifli S.E. dan Ibu Yusniwati, kedua orang tua penulis yang sangat saya hargai, yang tak henti-hentinya memberikan doa, semangat, dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak penulis Jannatul Husna, S.H. yang selama ini selalu memberikan semangat yang tidak ternilai kepada penulis. Serta adikku tersayang Andi Muhammad Jefri yang dimana selalu memberikan dukungan kepada penulis saat menyelesaikan skripsinya.
10. Abang penulis Teuku Defrizal Maulana, S.H. yang di saat kondisi penulis sedang rapuh, secara konsisten menunjukkan energi, motivasi, dan kesabaran yang luar biasa.
11. Pasukan sahabat, khususnya yang penulis anggap sebagai saudaranya sendiri: Cut Fatimah Syam dan Maisal Ridhayanti, yang telah berjuang bersama penulis; Nur Hayati, Arfi Khairunnisa, dan kawan-kawan unit 3 dari semester 1 hingga semester 3 yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan penulisan karya ilmiah skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penghargaan dan apresiasi layak diberikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengerjaannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Akhirnya peneliti menyerahkan diri kepada Allah SWT seraya memohon hidayah dan taufik-Nya semoga karya ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Langsa, 24 Januari 2024

Rauzatul Ullia

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Arab yang diwakili oleh huruf-huruf dalam tulisan Arab, dalam transkripsi ini direpresentasikan dalam tiga cara: sebagian dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian dengan gabungan huruf dan tanda. Huruf Arab dan transliterasinya ditunjukkan di bawah ini.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	S	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vocal

Vokal bahasa Arab terdiri dari vokal tunggal, atau monoftong, dan vokal ganda, atau diftong, sama seperti vokal bahasa Indonesia.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang mewakili tanda atau penghargaan ditransliterasikan:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	L
—	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal ganda bahasa Arab diwakili oleh kombinasi huruf dan kehormatan; transliterasinya sama, menggunakan kombinasi huruf secara spesifik:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Huruf vokal panjang, atau maddah, merupakan lambang martabat huruf; ini ditransliterasikan menjadi huruf dan tanda, secara khusus:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ل	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و---	Dammah dan Way	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbutah

Ta marbūtah memiliki dua transliterasi:

- 1) ta marbutahhidup

Transkripsinya adalah /t/ untuk Ta marbūtah yang menghayati atau menerima martabat Fathah, Kasrah, dan Dammah.

2) ta marbūtahmati

Transliterasi Ta marbutah yang musnah atau diberi martabat sukun adalah /h/.

3) Ta marbūtah ditransliterasi dengan ha (h) apabila kata terakhir yang mengandung kata tersebut diikuti dengan kata yang menggunakan kata sandang al dan kedua istilah tersebut dibaca secara terpisah.

a. Syaddah (Tasydid)

Dalam aksara Arab, syahdah atau tasydīd dilambangkan dengan tanda. Dalam transkripsi ini, tanda syahdah dilambangkan dengan sebuah huruf—huruf yang sama persis dengan yang ditandai dengan syaddah.

b. Kata Sandang

Sistem penulisan bahasa Arab menggunakan huruf untuk mewakili artikel: ال , Meskipun demikian, artikel-artikel dalam transliterasi ini dibedakan antara artikel-artikel yang muncul setelah huruf syamsiah dan artikel-artikel yang muncul setelah huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang berada setelah surat syamsiah ditransliterasikan dengan menggunakan huruf yang berada setelahnya, yakni huruf /l/ diganti dengan huruf yang berada setelah kata sandang.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Apabila kata sandang berada setelah huruf qamariah, maka ditransliterasi dengan huruf yang paling dekat bunyinya, sehingga huruf /l/ diubah menjadi huruf yang berada tepat setelah kata sandang.

Misal:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

c. Hamzah

Dijelaskan bahwa tanda kutip digunakan untuk mentransliterasi kata "hamzah". Hal ini hanya berlaku untuk hamzah yang terdapat di tengah dan akhir kata. Karena ḥamzah dalam kaligrafi Arab merupakan huruf alif, maka tidak disebutkan jika muncul di awal kata

Misal :

- a'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئ
-

d. Penulisan Kata

Pada hakikatnya setiap kata ditulis tersendiri, baik itu harf, fi'il (kata kerja), maupun isim (kata benda). Dalam transliterasi ini, penulisan kata-kata tersebut juga digandeng dengan istilah-istilah yang muncul setelahnya. Hanya beberapa kata yang ditulis dengan huruf Arab sering digabungkan dengan kata lain karena beberapa huruf atau maknanya dihilangkan:

Misal :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihiiju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

e. Huruf Kapital

Meskipun huruf kapital tidak diterima dalam sistem penulisan Arab, namun digunakan dalam transkripsi ini. Dalam EYD, penggunaan huruf besar diperlukan untuk hal-hal berikut: Karena huruf kapital digunakan untuk menulis huruf pada artikel, maka huruf pertama nama seseorang—bukan huruf awal artikel—tetap ditulis dengan huruf kapital.

Misal:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Bagi Allah, huruf kapital hanya digunakan jika tulisan arabnya sudah lengkap; jika tidak, kata tersebut tidak digunakan bila tulisannya digabungkan dengan kata lain dan huruf vokal dihilangkan.

Misal:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

e. Tajwid

Panduan transliterasi ini merupakan komponen penting dari ilmu tajwid bagi siapa saja yang mencari kelancaran dalam membaca. Oleh karena itu, pengetahuan tajwid harus berjalan seiring dengan pengenalan norma-norma transliterasi tersebut.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
KATA PENGANTAR	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.6 Penjelasan Istilah	9
1.7 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Gaya Hidup	12
2.2. Harga	18
2.3 Kualitas Pelayanan	23
2.4 Keputusan Pembelian	26
2.5 Penelitian Terdahulu	31
2.6 Kerangka Pemikiran	37
2.7 Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	39
3.3 Sumber Dan Data Penelitian	39
3.4 Populasi Dan Sampel	40
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	41
3.6 Definisi Operasional Variabel	43
3.7 Teknik Analisa Data	46
3.8 Uji Asumsi Klasik	47
3.9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.10 Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN	52
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
4.2 Dekripsi Data Penelitian	53
4.3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	62
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.6 Hasil Uji Hipotesis	71
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X1)	56
Tabel 4.6 Uji Validitas (X2)	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembeli (Y)	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Gaya Hidup	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Harga	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembeli	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Histogram	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Kolmogorov-Smirrow</i>	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedastisitas	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.22 Hasil Uji T	72
Tabel 4.23 Hasil Uji F	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara berkembang yang terus mengejar pertumbuhan ekonomi dengan tujuan mencapai kesejahteraan masyarakat.¹ Salah satu keberhasilan suatu negara dalam mengelola kegiatan perekonomiannya adalah pendapatan nasional yang diukur dengan menggunakan tingkat pertumbuhan pendapatan nasional. Peningkatan pertumbuhan ekonomi yang stabil menjadi pertanda baik bagi negara berkembang. Indonesia merupakan salah satu negara yang mencapai pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dengan rata-rata tingkat pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020, dengan maksimum sebesar 7,07% dan penurunan sebesar -5,32% dan ekonomi Indonesia tahun 2023 tumbuh sebesar 5,05% lebih rendah dibanding capaian tahun 2022 yang mengalami pertumbuhan sebesar 5,31%. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan meningkatnya barang dan jasa dalam perekonomian

Di provinsi Aceh, tepatnya kabupaten Aceh Timur kecamatan Idi Rayeuk adalah Mayoritas masyarakatnya adalah pedagang, dan perkembangan perusahaan telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, menjadikan sektor ini sebagai salah satu sektor penting untuk mendirikan perusahaan, menurut penelitian. Baik usaha kecil maupun besar di Idi Rayeuk kini mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan di sektor perdagangan produk dan jasa. Persaingan semakin meningkat karena terdapat begitu banyak jenis perusahaan di

¹ www.bps.go.id. Di akses tanggal 5 februari 2024

masyarakat yang memperdagangkan produk dan jasa. Salah satu hal terpenting dalam pasar yang kompetitif ini adalah mampu mempertahankan bisnis dengan menawarkan barang dengan harga bersaing, berkualitas tinggi, dan menawarkan nilai lebih baik dibandingkan pesaing.

Di Kota Idi Rayeuk, Sejumlah toko, antara lain Toko Tirai Nur Humaira, Toko Tirai Baleta, Toko Tirai Ammar, dan Toko Tirai Bunda, menawarkan merchandise serupa. Masing-masing toko ini menjual tirai sebagai jenis kain tertentu dalam industri tekstil. Akan ada persaingan akibat kemiripan produk ini. Toko Nur Humaira Gorden salah satunya; merupakan perusahaan tekstil yang menjual berbagai macam barang gorden. Toko Nur Humaira Gorden merupakan perusahaan swasta yang berdiri pada tahun 2004²

Hasil pengamatan awal peneliti, sejauh ini Toko Nur Humaira Gorden telah menjual gorden yang cukup banyak menarik perhatian masyarakat karena model-model yang mereka kerjakan merupakan gorden yang jauh lebih modern. Toko Nur Humaira Gorden juga menjual aksesoris lainnya yaitu, bunga hias, bungkusan kue, ayunan bayi, keset kaki dan beberapa tempahan lainnya yang berhubungan dengan kain.

Gaya hidup adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pola perilaku, minat, dan hasrat seseorang serta persepsi diri mereka, yang membantu mereka menonjol dari orang lain dan lingkungannya. Hal ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Mereka bersifat sosial.³ Gaya

² Hasil wawancara dengan Yusniwati karyawan Toko Nur Humaira Gorden, pada tanggal 13 Januari 2023.

³ Muchlisin Riadi, "pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup", <https://www.kajianpustaka.com>. Diunduh tanggal 03 Maret 2018.

hidup di Idi Rayeuk setiap individu maupun kelompok pastinya akan berubah seiring berkembangnya zaman.

Berdasarkan hasil pengamatan selama di Idi Rayeuk, dapat disimpulkan bahwa seiring dengan besarnya kebutuhan dalam kehidupan masyarakat yang ada di Idi Rayeuk sebahagian dari masyarakat memaksakan keinginan mereka dalam merias rumah dengan ornamen-ornamen, contohnya gorden dan beberapa vas bunga. Oleh karena itu, banyak pedagang yang mendirikan toko gorden dengan ciri khas atau kelebihan tersendiri yang dilatar belakangi oleh gaya hidup.

Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh wawancara penulis dengan Ibu Nur Aini, konsumen Toko Nur Humaira Gorden, yaitu:

“Selama setahun terakhir ini, saya telah membeli gorden sebanyak dua kali di Toko Nur Humaira, karena saya melihat beberapa tetangga saya ganti gorden dengan model terbaru ”

Dari hasil wawancara dengan Ibu Nur Aini, konsumen Toko Nur Humaira Gorden, dapat diketahui bahwa ada masyarakat Idi Rayeuk yang cenderung memaksakan keinginan mereka saat menghias rumah, terutama ketika melihat tetangga mengganti gorden terbaru.

Selanjutnya berdasarkan hasil pengamatan awal peneliti, faktor harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, dimana persepsi harga muncul ketika seseorang akan melakukan pembelian. Keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa terdapat pada peranan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Observasi awal peneliti terhadap pelanggan Toko Nur Humaira Gorden membuat mereka menyimpulkan bahwa kualitas barang sudah cukup dan dapat memenuhi harapan pelanggan mengingat tersedianya bahan-bahan berkualitas tinggi. Meski

demikian, beberapa pelanggan mengeluhkan harga yang terlalu mahal di Toko Nur Humaira Gorden. Hal ini sesuai dengan temuan wawancara penulis dengan Ibu Mardiah, konsumen Toko Nur Humaira Gorden, yaitu:

“Saya pernah tempah gorden untuk di rumah mertua saya di Toko Nur Humaira Gorden, menurut saya kualitas sudah baik akan tetapi, harga yang ditawarkan itu cukup mahal, yang dimana bahan kain mereka juga ada di jual di tempat lain, mungkin alasannya di beberapa tempat lain belum memiliki tokonya sendiri, sedangkan Toko Nur Humaira Gorden sudah memiliki tokonya sendiri, dan pastinya memiliki beban untuk membayar sewa toko.”⁴

Dari hasil wawancara dengan Ibu Mardiah, konsumen Toko Nur Humaira Gorden, dapat diketahui bahwa ada sedikit keluhan atau keganjalan terhadap harga yang diberikan. Dimana harga di Toko Nur Humaira Gorden cukup mahal dari pada toko lain padahal kainnya sama.

Selain itu, kualitas layanan perlu dipertimbangkan saat membuat pilihan pembelian. Pelanggan cenderung menyarankan suatu bisnis ketika mereka puas dengan layanan yang mereka terima dari bisnis tersebut kepada keluarga atau kerabat lainnya tentang toko tersebut. Namun dari hasil observasi awal peneliti menentukan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Toko Nur Humaira Gorden masih kurang baik.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara penulis dengan Ibu Raudah, konsumen Toko Nur Humaira Gorden, yaitu:

⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Mardiah konsumen Toko Nur Humaira Gorden, pada tanggal 28 Maret 2023.

“Saya kurang suka dengan pelayanan dari karyawan di Toko Nur Humaira Gorden, mereka melayani pembeli dengan kurang ramah dan proses transaksi pembelian yang lambat.”⁵

Adapun keluhan yang terkena dampak dari pelayanan yang diperoleh pelanggan. Sebagai akibat dari kekhawatiran ini, para pedagang perlu meningkatkan kualitas barang dan jasa mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, yang berarti memberikan apa yang mereka inginkan—yaitu, layanan maksimal. agar pelanggan merasa nyaman dan senang dengan pelayanan yang diterimanya. Akibatnya, toko tersebut mungkin bersaing dengan pesaing untuk mempertahankan bisnisnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, Toko Nur Humaira Gorden menjual tirai jenis ini, meski dibanderol dengan harga mahal bagi warga Idi Rayeuk. Para ibu mulai membeli tirai, dan perusahaan pun berkembang pesat yang ada di Idi Rayeuk. Toko Nur Humaira Gorden merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam gorden selain barang dekorasi rumah lainnya antara lain keset, kotak kue, ayunan bayi, dan bunga hias. Hal ini dilakukan guna memenuhi permintaan gorden yang meningkat tajam pada bulan Ramadhan menjelang Idul Adha dan Idul Fitri. Karena gorden merupakan salah satu komoditas yang tidak mudah rusak dan tidak pernah basi, maka peluang bisnis gorden ini untuk merugi sangat kecil. Karena ibu merupakan mayoritas dari populasi Idi Rayeuk, perusahaan tirai memiliki ceruk pasar yang cukup besar. Pola, warna, dan gaya gorden juga semakin beragam seiring berjalannya waktu.

⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Raudah konsumen Toko Nur Humaira Gorden, pada tanggal 30 Maret 2023.

Pebisnis perlu memenuhi harapan pelanggan, menyediakan barang tirai berkualitas tinggi, dan mengembangkan barang baru yang akan menarik perhatian konsumen. Selain itu, tingkat pelayanan juga harus ditingkatkan. Menjual berbagai jenis gorden untuk dekorasi rumah seiring berjalannya waktu telah menjadi peluang bisnis yang sangat menguntungkan. Selain itu, hal ini didorong oleh pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia dan tingkat konsumsi yang relatif tinggi. Bahan yang digunakan untuk membuat barang tirai mempengaruhi harganya karena bahan tersebut juga mempengaruhi kualitas produk jadi. Selain bahan, model aksesoris mempengaruhi kualitas.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berhubungan dengan gaya hidup, biaya, dan kualitas layanan tidak banyak berpengaruh pada pilihan tentang apa yang akan dibeli. Harga dan lokasi mempunyai dampak besar terhadap keputusan pembelian pelanggan, sedangkan iklan mempunyai pengaruh positif namun dapat diabaikan, dan kualitas layanan mempunyai dampak negatif namun tidak signifikan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Febriano Cinton Polla. Peneliti menggunakan alasan-alasan tersebut di atas sebagai latar belakang dilakukannya penelitian, sesuai dengan apa yang telah mereka sampaikan sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti bersemangat untuk melakukan penyelidikan dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GORDEN DI TOKO NUR HUMAIRA GORDEN IDI RAYEUK”**

1.2 Identifikasi masalah

berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan sebelumnya tentang masalah ini. Kemudian, sejumlah permasalahan dapat ditemukan antara lain:

1. Gaya hidup di Idi Rayeuk.
2. Adanya perbedaan harga antara toko Nur Humaira Gorden dengan berbagai toko gorden yang ada di Idi Rayeuk.
3. Toko Nur Humaira Gorden sudah meningkatkan kualitas pelayanan, akan tetapi pelayanan yang dilakukan masih kurang bagi konsumen.
4. Gaya hidup, Biaya dan tingkat layanan berdampak pada keputusan pelanggan untuk membeli tirai dari toko atau tidak Nur Humaira Gorden Idi Rayeuk.

1.3 Batasan Masalah

Dikarenakan luasnya permasalahan yang ada, serta keterbatasan waktu dan kemampuan penulis dan pembahasan yang tidak terlalu meluas, Oleh karena itu, dengan mengidentifikasi responden yang pernah melakukan pembelian atau merupakan pelanggan toko Nur Humaira Gorden, peneliti dapat membatasi ruang lingkup penelitian.

1.4 Rumusan masalah

Mengingat sejarah masalah tersebut di atas. Dengan demikian, kesulitan peneliti yang mungkin penulis ungkapkan:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup pada pilihan membeli gorden di Toko Nur Humaira Gorden Idi Rayeuk?
2. Bagaimana pengaruh harga pada Toko Gorden Nur Humaira di Idi Rayeuk mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli gorden?

3. Bagaimana tingkat pelayanan Toko Gorden Nur Humaira di Idi Rayeuk mempengaruhi pilihan pelanggan dalam membeli gorden?
4. Bagaimana faktor-faktor seperti gaya hidup, biaya, dan tingkat layanan mempengaruhi pilihan membeli gorden di Toko Nur Humaira Gorden di Idi Rayeuk?

1.5 Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui dan mengevaluasi bagaimana gaya hidup mempengaruhi keputusan tentang apa yang akan dibeli di Toko Nur Humaira Gorden.
- b. Untuk mengetahui dan mengevaluasi bagaimana penetapan harga mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden.
- c. Untuk mengevaluasi dan menilai bagaimana kualitas pelayanan Toko Nur Humaira Gorden mempengaruhi pelanggan.
- d. Untuk mengetahui dan mengevaluasi bagaimana gaya hidup, biaya, dan tingkat pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen membeli gorden di Toko Nur Humaira Gorden.

2. Manfaat penelitian

Dalam penelitian ini, tentu saja peneliti ingin memberikan manfaat kepada para pembaca, dan tentunya penelitian ini sangat bermanfaat adapun manfaat penelitiannya:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap Kajian ini dapat memberikan wawasan tentang seputaran strategi dan manajemen keberlanjutan dalam sebuah bisnis, bagaimana pengertiannya, strategi komunikasi bisnis, dan bagaimana mempraktikkan ilmu strategi pemasaran dalam praktik bisnis di kehidupan sehari-hari.

2. Manfaat Praktisi

- a. Sebagai sumbangan referensi dan pemikiran untuk pustaka IAIN Langsa
- b. Sebagai sumbangan referensi, pedoman dan ide pemikiran guna untuk kelancaran pemasaran Pada Toko Nur Humaira Gorden.
- c. Syarat sebagai penyelesaian jenjang Strata 1 IAIN Langsa

1.6 Penjelasan istilah

1. Gaya hidup

Sekelompok perilaku sosial sehari-hari masyarakat disebut sebagai gaya hidup mereka. Namun dari sudut pandang ekonomi, gaya hidup seseorang mengacu pada praktik manajemen keuangan dan waktu mereka. Teknologi dan perubahan temporal berdampak langsung pada gaya hidup⁶

2. Harga

Harga adalah setara moneter dengan nilai tukar produk atau jasa. Harga juga mewakili keseluruhan biaya untuk memproduksi barang dan jasa tersebut serta margin keuntungan yang di peroleh pengusaha.⁷

3. Kualitas pelayanan

Kualitas adalah persepsi konsumen. Pendekatan ini menekankan bagaimana konsumen atau pelanggan memiliki persepsi terhadap layanan

⁶ Kamus bahasa Indonesia, <https://www.kbbi.web.id/masyarakat>.

⁷ Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono (ed.) *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, (Bogor, 2018), h. 333.

yang diterimanya serta bagaimana konsumen merasakan kepuasan dari layanan yang diterimanya. Pandangan ini adalah pandangan subyektif dari konsumen.⁸

4. Keputusan pembelian

Perilaku konsumen bersifat dinamis dan tercermin dalam kompleksitas keputusan pembelian yang dilakukan dalam beberapa cara. Pilihan metodologi pengambilan keputusan bergantung pada tingkat keterlibatan konsumen dengan kategori produk atau skenario pembelian, serta penilaian mereka terhadap risiko yang terkait dengan pembelian tertentu yang sedang dipertimbangkan⁹

1.7 Sistematika pembahasan

Konvensi penulisan yang digunakan dalam analisis penelitian ini meliputi:

Bab I Pendahuluan: Yang memuat latar belakang, Identifikasi masalah,

Batasan masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan manfaat penelitian, Penjelasan istilah dan Sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori: Yang memuat Landasan teoretis, Penelitian terdahulu,

Kerangka pemikiran, Hipotesis penelitian.

Bab III Metode penelitian: Pendekatan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian,

Populasi dan sampel, Sumber data penelitian, Instrumen pengumpulan data, Definisi operasional variable, Teknik analisis data.

Bab IV Hasil penelitian: Gambaran umum objek penelitian, Deskripsi data penelitian, Hasil uji analisis data.

⁸ *Ibid.*, h. 655.

⁹ *Ibid.*, h.157.

Bab V Penutup: Kesimpulan, Saran yang dianggap berguna sehubungan dengan penulisan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Aceh Timur terdiri dari hutan dataran rendah, perbukitan, sebagian lahan basah, dan hutan bakau dengan ketinggian 0 hingga 308 meter di atas permukaan laut. Ciri topografi wilayah Kabupaten Aceh Timur diklasifikasikan menjadi empat kelas yaitu 0-2%, 2-15%, 5-40% dan tegt. 40% Sebaran kelerengan menunjukkan peningkatan lebih dari 40% dan hanya 6,7% terjadi di subwilayah Birem Bayeun dan Serbajadi. Saat ini, kisaran 0-2%, 2-15% dan 5-40% semuanya merupakan sub-wilayah. Salah satu Kecamatan Idi Rayeuk merupakan sebuah kecamatan yang ada di kabupaten Aceh Timur⁵⁴

Kecamatan Idi Rayeuk terdiri dari 39 desa yaitu Alue Dua Muka O, Alue Dua Muka S, Bantayan Timur, Buket Jok, Buket Juara, Buket Langsa, Buket Meulinteung, Buket Pala, Dama Pulo, Gampong Aceh, Gampong Jalan, Gureb Blang, Kampung Blang, Kampung Jalan, Kampung Tanjong, Ketapang Dua, Keude Aceh, Keutapang Mameh, Kuala Padang Puntong, Lhok Asahan, Matang Bungong, Matang Rayeuk (PR), Matang Rayeuk (SMK), Meunasah Jeumpa, Meunasah Puuk, Sam Pai Mah, Seuneubok Bacee, Seuneubok Barat, Seuneubok Dalam (SMK), Seuneubok Rambong, Seuneubok Teungoh (PR), Seuneubok Teungoh (SMK), Seuneubok Tutong, Tanjong kapai, Teupin Batee, Titi Baro, Tualang Dalam, Ulee Blang dan Ulee Gle.

⁵⁴JDIH Kabupaten Aceh Timur, "Gambaran Umum Daerah"
<https://jdih.acehtimurkab.go.id/> . Diunduh tanggal 14 Desember 2023.

4.2 Dekripsi Data Penelitian

Dekripsi data observasi yaitu Masyarakat Idi Rayeuk dengan karakteristik Jenis kelamin, umur, pendapatan perbulan dan konsumen atau yang pernah membeli di Toko Nur Humaira Gorden. Adapun Dekripsi data penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Perempuan	77 Responden	77%
2.	Laki-laki	23 Responden	23%
TOTAL		100 Responden	100%

Pada Berdasarkan tabel di atas, responden perempuan dalam survei ini berjumlah 77 orang atau 77% dari total responden dan 23 responden laki-laki atau 23% dari total responden yang memberikan ciri-cirinya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sifat-sifat responden dalam penelitian ini ditentukan oleh jenis kelaminnya didominasi oleh responden perempuan.

Tabel 4.2 karakteristik Responden Berdasarkan Umur

NO.	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1.	20-40 Tahun	61 Responden	61%
2.	41-50 Tahun	22 Responden	22%
3.	>50 Tahun	17 Responden	17%
TOTAL		100 Responden	100%

Berdasarkan Berdasarkan tabel di atas, terdapat 61 responden atau 61% yang berusia antara 20 dan 40 tahun; terdapat 22 responden atau 22% berusia antara 41 dan 50 tahun; dan terdapat 17 responden atau 17% yang berusia di atas 50 tahun. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa responden yang berusia antara 20 hingga 40 tahun mendominasi karakteristik responden penelitian berdasarkan usia.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

NO.	Pendapatan Perbulan	Jumlah Responden	Persentase
1.	0-3 Juta/bulan	63 Responden	63%
2.	3,1-5 Juta/bulan	23 Responden	23%
3.	5,1-10 Juta/bulan	12 Responden	12%
4.	10 Juta/bulan	2 Responden	2%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden yang pendapatan perbulannya sebesar 0–3 juta/bulan adalah sebanyak 63 responden sebesar 63%, responden yang pendapatan perbulannya sebesar 3,1 – 5 juta/ bulan adalah sebanyak 23 responden sebesar 23%, responden yang pendapatan perbualannya sebesar 5,1 – 10 juta/ bulan adalah sebanyak -12 responden sebesar 12%, responden yang pendapatan perbulannya sebesar >10 juta/bulan adalah sebanyak 2 responden sebesar 2%. Jika dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, Responden dengan pendapatan mendominasi fitur responden berdasarkan pendapatan bulanannya perbulannya sebesar 0-3 juta/bulan.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli

NO.	Pernah Membeli	Jumlah Responden	Persentase
1.	Pernah	100 Responden	100%
TOTAL		100 Responden	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pernah membeli adalah sebanyak 100 responden sebesar 100%, jika Berdasarkan pembelian mereka sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki sebagian besar kualitas tersebut yang pernah membeli di Toko Nur Humaira Gorden.

4.3 Hail Uji Validitas dan Realibilitas

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Menguji Menguji validitas suatu alat ukur berarti menentukan seberapa baik alat tersebut menentukan apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Estimasi r dan r tabel dibandingkan sebagai bagian dari uji validitas dalam penelitian ini. Pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah valid jika r yang dihitung harus lebih besar dari r tabel. Sebaliknya item inkuiri dianggap tidak valid jika r hitung $< r$ tabel⁵⁵ Temuan uji validitas untuk setiap variabel dalam penelitian ini tercantum di bawah ini:

1. Variabel Gaya Hidup (X1)

Tabel 4.5

⁵⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*, edisi 9, 2019, h.51

Hasil Uji Validitas

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,390**	,348**	,522**	,728**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,390**	1	,395**	,554**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,348**	,395**	1	,533**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,522**	,554**	,533**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,728**	,759**	,732**	,860**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Keterangan: Data diolah dengan SPSS 25

$$R \text{ tabel} = df = n - 2$$

$$= 100 - 2 = 98 (0,1966)$$

Gaya Hidup (X1)	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,728	0,1966	Valid
X1.2	0,759	0,1966	Valid
X1.3	0,732	0,1966	Valid
X1.4	0,860	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan Nilai r yang dihitung untuk pertanyaan pertama, kedua, ketiga, dan keempat masing-masing adalah 0,728, 0,759, 0,732, dan 0,860, sesuai Tabel 4.5. Setiap penyelidikan variabel gaya hidup mempunyai r hitung lebih

besar dari r tabel (0,1966). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pertanyaan apa pun adalah sah.

2. Variabel Harga (X2)

Tabel 4.6
Uji Validitas

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,460**	,518**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,460**	1	,247*	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000		,013	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,518**	,247*	1	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,013		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,828**	,760**	,743**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					

Referensi: Data diolah dengan SPSS 25

Harga	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,828	0,1966	Valid
X2.2	0,760	0,1966	Valid
X2.3	0,743	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan Nilai r yang dihitung untuk pertanyaan pertama, kedua, dan ketiga masing-masing adalah 0,828, 0,760, dan 0,743, sesuai Tabel 4.6. Terdapat r

hitung > r tabel untuk setiap variabel harga yang ditanyakan (0,1966). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap pertanyaan adalah valid.

3. Kualitas Pelayanan

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,694**	,478**	,544**	,396**	,831**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,694**	1	,484**	,554**	,370**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,478**	,484**	1	,505**	,373**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,544**	,554**	,505**	1	,454**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,396**	,370**	,373**	,454**	1	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,831**	,820**	,734**	,789**	,657**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Kualitas Pelayanan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,831	0,1966	Valid
X3.2	0,820	0,1966	Valid
X3.3	0,734	0,1966	Valid
X3.4	0,789	0,1966	Valid
X3.5	0,657	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan Nilai r hitung untuk pertanyaan pertama, kedua, ketiga, keempat, dan kelima masing-masing adalah 0,831, 0,820, 0,734, 0,789, dan 0,657 seperti terlihat pada Tabel 4.7. Variabel kualitas pelayanan mempunyai r hitung $>$ r tabel untuk setiap pertanyaan (0,1966). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pertanyaan apa pun adalah sah.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas

Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	,491**	,647**	,418**	,798**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,491**	1	,648**	,418**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,647**	,648**	1	,614**	,901**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,418**	,418**	,614**	1	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	,798**	,797**	,901**	,740**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Keputusan Pembelian	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0,798	0,1966	Valid
Y1.2	0,797	0,1966	Valid
Y1.3	0,901	0,1966	Valid
Y1.4	0,740	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan nilai r hitung pertanyaan pertama sebesar 0,798, kedua sebesar 0,797, ketiga sebesar 0,901 dan keempat 0,740. Semua pertanyaan pada variabel keputusan pembelian memiliki r hitung $>$ r tabel (0,1966). Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

4.3.2 Hasil Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya, maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Standar yang digunakan dalam penelitian ini *cronback alpha* $>$ 0,60 maka hasil reliabel.⁵⁶

Berikut hasil uji reabilitas masing-masing variabel pada penelitian ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reabilitas Gaya Hidup

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,773	4

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

⁵⁶ Ibid., h.45

Berikut tabel 4.9 hasil pengujian reabilitas menghasilkan nilai *Cronbach alpha* sebesar $0,773 > 0,60$. Hasil ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari gaya hidup (X1) teruji reabilitas sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,662	3

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berikut tabel 4.10 hasil pengujian reabilitas menghasilkan nilai *Cronbach alpha* sebesar $0,662 > 0,60$. Hasil ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari harga (X2) teruji reabilitas sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 4.11

Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,826	5

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berikut tabel 4.11 hasil pengujian reabilitas menghasilkan nilai *Cronbach alpha* sebesar $0,826 > 0,60$. Hasil ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari kualitas pelayanan (X3) teruji reabilitas sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 4.12

Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

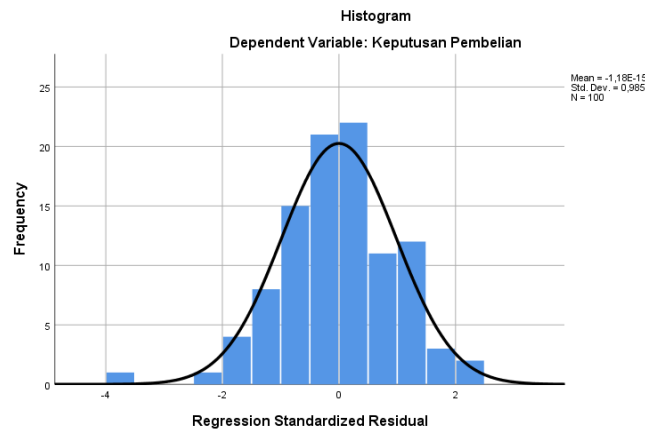
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,825	4

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

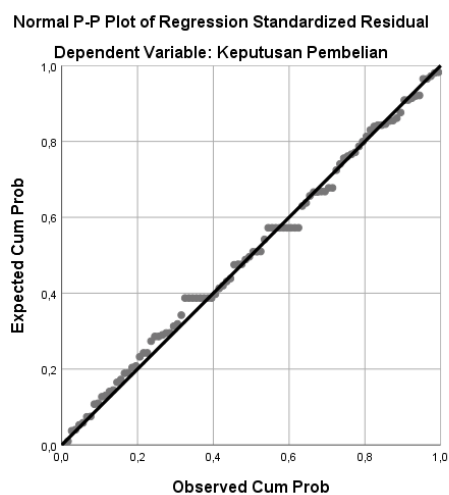
Berikut tabel 4.12 hasil pengujian reabilitas menghasilkan nilai *Cronbach alpha* sebesar $0,825 > 0,60$. Hasil ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dari keputusan pembelian (Y) teruji reabilitas sehingga dinyatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik**4.4.1 Hasil Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Normalitas data dapat diketahui melalui titik atau butiran yang menyebar pada sumbu diagonal dari grafik P-Plot atau dapat pula dilihat dari histogram residualnya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan kolmogorovSmirnov nilai $\text{sig} > 0,05$, maka data berdistribusi normal. Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Histogram



Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot

Dengan melihat gambar *normal P-Plot* dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Selain metode grafik *normal probability plot*, untuk melakukan uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,36528569
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,056
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogorov-Smirrow*

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai signifikan pada tabel di atas (Asimp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari (0,05). Diambil keputusan bahwa semua variabel X berdistribusi normal terhadap variabel Y.

4.4.2 Hasil Uji Linieritas

Pengujian linearitas pada penelitian ini menggunakan Test of linearity pada taraf signifikan 0,05. Variabel penelitian dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (Linearitas) kurang dari 0,05. Untuk mengetahui nilai ada tidaknya hubungan antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	143,002	6	23,834	10,943	,000
		Linearity	121,572	1	121,572	55,817	,000
		Deviation from Linearity	21,431	5	4,286	1,968	,091
	Within Groups		202,558	93	2,178		
	Total		345,560	99			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Harga	Between Groups	(Combined)	121,336	5	24,267	10,173	,000
		Linearity	104,316	1	104,316	43,732	,000
		Deviation from Linearity	17,020	4	4,255	1,784	,139
	Within Groups		224,224	94	2,385		
	Total		345,560	99			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	140,187	9	15,576	6,826	,000
		Linearity	111,880	1	111,880	49,029	,000
		Deviation from Linearity	28,308	8	3,538	1,551	,151
	Within Groups		205,373	90	2,282		
	Total		345,560	99			

Berdasarkan daftar tabel di atas, hasil uji linieritas menunjukkan bahwa nilai koefisien signifikan dari variabel gaya hidup 0,91, variabel harga 1,39 dan

kualitas pelayanan 1,51 yang artinya yaitu lebih besar dari alpha yang ditentukan, yaitu 0,05 ($0,91 > 0,05$, $1,39 > 0,05$, $1,51 > 0,05$). Ini berarti bahwa hubungan ketiga variabel independen tersebut dengan variabel dependen adalah linier.

4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan hubungan kolerasi antar variabel bebas (*independent*). Multikolinieritas dapat diketahui dari nilai *Variances inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.17

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,000	1,616		1,856	,066		
	Gaya Hidup	,386	,113	,347	3,405	,001	,535	1,868
	Harga	,184	,150	,133	1,228	,222	,476	2,099
	Kualitas Pelayanan	,251	,070	,329	3,605	,000	,668	1,497
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

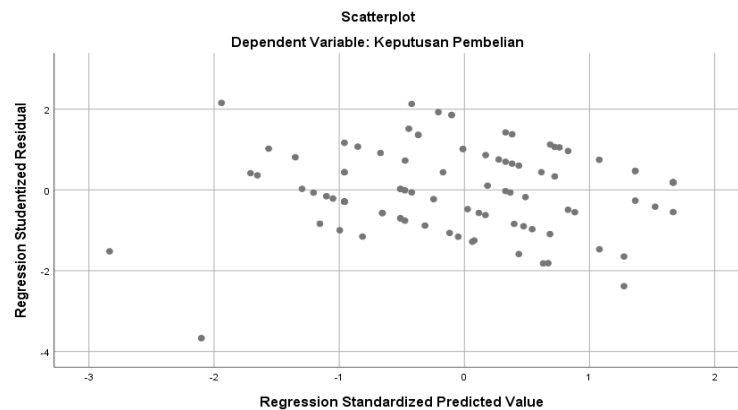
Variabel	Tolerance	VIF	Ket
Gaya Hidup (X1)	0,535	1,868	Valid
Harga (X2)	0,476	2,099	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	0,668	1,497	Valid

Hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel Gaya Hidup yaitu $0,535 > 0,1$. Sementara itu nilai VIF variabel Gaya Hidup yaitu $1,868 < 10$. Dan variabel Harga yaitu $0,476 > 0,1$. Sedangkan itu nilai VIF variabel Harga yaitu $2,099 < 10$. Dan variabel Kualitas Pelayanan yaitu $0,668 > 0,1$. Sementara itu nilai VIF variabel Kualitas Pelayanan yaitu $1,497 < 10$. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Gaya Hidup, Harga, Kualitas Pelayanan tidak mengandung multikolinieritas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

4.4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Adapun untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini, maka peneliti melakukannya dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya (ZRESID). Dalam pengambilan keputusan adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Dan hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan gambar diatas, terlihat titik-titik pada gambar scattreplot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi yang digunakan.

4.4.5 Hasil Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu caranya dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW). Jika nilai DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif. Jika nilai DW diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. Jika nilai DW diatas +2 maka ada autokorelasi negatif.

Tabel 4.19
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,683 ^a	,466	,449	1,386	2,066
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, Harga					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Dari hasil tabel diatas diperoleh bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2,066, karena nilai ini berada diantara -2 dan +2 maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi.

4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui adanya hubungan positif pada arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis ini juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami penurunan atau kenaikan.

Tabel 4.20

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,000	1,616		1,856	,066
	Gaya Hidup	,386	,113	,347	3,405	,001
	Harga	,184	,150	,133	1,228	,222
	Kualitas Pelayanan	,251	,070	,329	3,605	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.20 diatas maka dapat dilihat nilai konstanta 3,000 dan untuk gaya hidup nilai betanya sebesar 0,386, harga nilai betanya sebesar 0,184 dan nilai beta dari kualitas pelayanan 0,251. Sehingga dapat diperoleh suatu persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut:

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

$$Y = 3,000 + 0,386 + 0,184 + 0,251$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

X1 = Gaya Hidup

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

Nilai konstanta sebesar 3,000 atau apabila variabel bebas (gaya hidup, harga dan kualitas pelayanan) dianggap konstan (tidak mengalami perubahan), maka besarnya keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden adalah 3,000.

1. Nilai konstanta sebesar 3,000 yang menyatakan bahwa jika nilai koefisien variabel independen memiliki nilai tetap, maka nilai keputusan pembelian akan meningkat sebesar 3,000.
2. Besarnya koefisien regresi adalah 0,386, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X1 (gaya hidup) maka akan meningkatkan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0,386.
3. Besarnya koefisien regresi adalah 0,184, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X2 (harga) maka akan meningkatkan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0,184.

4. Besarnya koefisien regresi adalah 0,251, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel X3 (kualitas pelayanan) maka akan meningkatkan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0,251.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen.

Tabel 4.21

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,683 ^a	,466	,449	1,386	,466	27,923	3	96	,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, Harga

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai adjusted R^2 0,449, yang berarti bahwa 44,9 % variasi nilai keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden ditentukan oleh tiga variabel yang berpengaruh yaitu gaya hidup, harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya ($100\% - 44,9\% = 55,1\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan tersebut di atas.

b. Hasil Uji T (Signifikan parsial)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

Adapun hasilnya ialah:

Tabel 4.22

Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,000	1,616		1,856	,066
	Gaya Hidup	,386	,113	,347	3,405	,001
	Harga	,184	,150	,133	1,228	,222
	Kualitas Pelayanan	,251	,070	,329	3,605	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Hasil perolehannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Gaya Hidup (X1) diketahui perolehan t-hitung > t-tabel (3,405 > 1,196, sig < α (0,001 < 0,05). Artinya variabel Gaya Hidup mempunyai pengaruh signifikan dalam keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden dengan demikian hipotesis Ha₁ diterima dan Ho₁ ditolak.
2. Variabel Harga (X2) diketahui perolehan t-hitung > t-tabel (1,228 > 1,196), sig < α (0,222 < 0,05). Artinya variabel Harga mempunyai pengaruh signifikan dalam Harga di Toko Nur Humaira Gorden dengan demikian hipotesis Ha₂ diterima dan Ho₂ ditolak.

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) diketahui perolehan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,605 > 1,196$), $\text{sig} < \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden dengan demikian hipotesis H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

c. Hasil Uji F (Signifikan Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh berpengaruh secara bersama-sama antara semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model dan variabel terikat. Pengujian ini dilakukan melalui perbandingan antara nilai F_{hitung} dan nilai F_{tabel} dengan taraf $\alpha = 0,05$. Uji-F berpengaruh signifikan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan dibawah 10% ($F < 0,1$).

Tabel 4.23

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161,024	3	53,675	27,923	,000 ^b
	Residual	184,536	96	1,922		
	Total	345,560	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, Harga						

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas pengujian yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) Gaya hidup, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden pada masyarakat Kota Idi Rayeuk atau konsumen yang pernah berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden ini dapat dilihat dari hasil uji F pada tabel. Nilai $F_{hitung} = 27,923 > F_{tabel} 0,196$

dengan nilai signifikan = 0,000. Dengan demikian nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden pada masyarakat Idi Rayeuk atau konsumen yang pernah berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden (Y).

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden pada masyarakat Kota Idi Rayeuk atau konsumen yang pernah berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden.

4.7.1 Pengaruh Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Masyarakat Kota Idi Rayeuk atau Konsumen yang Pernah Berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden.

Pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden atau konsumen yang pernah berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t yang diperoleh nilai (X1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ [$3,405 > 1,196$] dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, hasil penelitian menunjukkan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden. Dengan demikian gaya hidup berbanding lurus dengan keputusan pembelian. Semakin tinggi gaya hidup maka keputusan pembelian akan semakin tinggi pula.

Begitupun sebaliknya, semakin rendah gaya hidup maka akan semakin rendah pula keputusan pembelian.

Gaya hidup yang menjadi pengaruh pertama mendalam bagi masyarakat atau konsumen. Apabila pola gaya hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatan yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.⁵⁷ Hal ini sejalan dengan yang dilakukan Izzatul Ulyah, bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁵⁸

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Nur Humaira Gorden, dikarenakan setiap terjadi peningkatan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal itu terjadi karena perubahan zaman yang semakin modern sehingga orang-orang berlomba untuk mengikuti trend gaya hidup.

4.7.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Masyarakat Kota Idi Rayeuk atau Konsumen yang Pernah Berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden.

Pertanyaan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t yang diperoleh nilai $(X2) t_{hitung} > t_{tabel}$ [$1,228 > 1,196$] dengan nilai signifikan sebesar $0,222 < 0,05$, hasil penelitian

⁵⁷ Ahmad Jauzi, Riset Pemasaran Dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018),h.173

⁵⁸ Izzatul Ulyah,"*Pengaruh Gaya Hidup dan kelompok acuan terhadap Keputusan Pembelian dengan pendapatan sebagai variabel pemoderasi pada konsumen warkop radja di Kabupaten Gowa*"(Skripsi, Universitas Alauddin, 2019).

menunjukkan H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden. Dengan demikian harga berbanding lurus dengan keputusan pembelian. Semakin tinggi harga maka keputusan pembelian akan semakin rendah. Begitupun sebaliknya semakin rendah harga maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Hal ini sejalan dengan teori menurut Campbell, harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi konsumen kepada harga. Peran harga tak lepas dari proses jual beli suatu produk atau jasa, murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya karena itulah persepsi harga menjadi alasan mengapa seseorang membuat keputusan untuk membeli.⁵⁹ Artinya semakin baik persepsi harga yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan Harviyanto, Fakhruddin Azzam. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung lebih memilih produk yang memiliki harga yang sesuai dengan nilai yang mereka rasakan dari produk tersebut.⁶⁰ Jika harga dianggap cocok atau sebanding dengan manfaat dan kualitas produk, maka kemungkinan besar konsumen akan membeli produk tersebut di Toko Nur Humaira Gorden.

⁵⁹ Lily Harjati dan Yurike Venesia, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala", ISSN 2338-7807, Volume 1 Nomor 1 Oktober 2015.

⁶⁰ Harviyanto, Fakhruddin Azzam, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Indohome Di Kota Semarang", (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2023)

4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Masyarakat Kota Idi Rayeuk atau Konsumen yang Pernah Berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden.

Pernyataan ketiga yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden atau konsumen yang pernah berbelanja di Toko Nur Humaira Gorden. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t yang diperoleh nilai (X3) $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,605 > 1,196$), dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, hasil penelitian ini menunjukkan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berupa berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputro yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁶¹

⁶¹ Saputro,” *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, Studi Pada Floo Cafe Ungaran*”,(Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2016).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,405 > 1,196$) dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($1,228 > 1,196$) dan nilai signifikan $0,222 < 0,05$.
3. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,605 > 1,196$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Nur Humaira Gorden. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai f hitung $> f$ tabel ($27,923 > 0,196$) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini masih terbatas dan hanya dilakukan di satu lokasi. Oleh karena itu, peneliti berharap ada peneliti lain yang akan memperluas ruang lingkup objek dan subjek penelitian kedepannya, sehingga dapat menambah kekayaan literatur penelitian selanjutnya.