

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN SITUASI EKONOMI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALU**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi
Institut Agama dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Palu*

Oleh:

ULFI IKA AGUSTINA

NIM: 15.3.12.0016

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU
TAHUN 2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 19 Agustus 2019 M
18 Dzulhijjah 1440 H

Penulis/peneliti



ULFI IKA AGUSTINA
NIM : 153120016

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup Dan Situasi Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu" oleh Ulfi Ika Agustina NIM: 15.3.12.0016, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu 19 Agustus 2019 M.
18 Dzulhijjah 1440H.

Pembimbing I



Dr. H. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M
NIP. 19680325 200003 1 002

Pembimbing II



Heru Susanto, Lc., M.H.I.
NIP. 19870903 201403 1 003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu



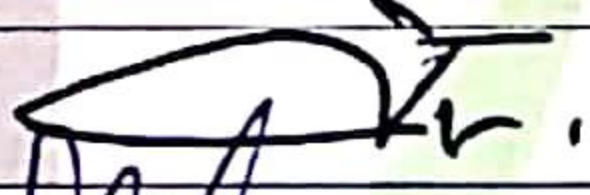
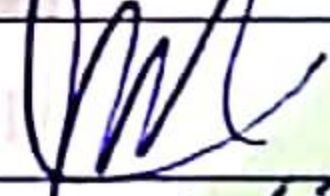

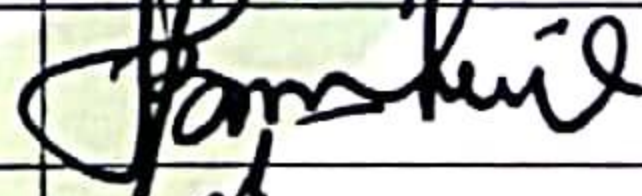

Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I
NIP. 19650305 199903 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi saudara Ulfi Ika Agustina, NIM. 153120016 dengan judul “*Pengaruh Gaya Hidup dan situasi Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu*” yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal 27 Agustus 2019 M. yang bertepatan dengan tanggal 26 Dzulhijjah 1440 H. dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 17 Agustus 2020 M
27 Dzulhijjah 1441 H

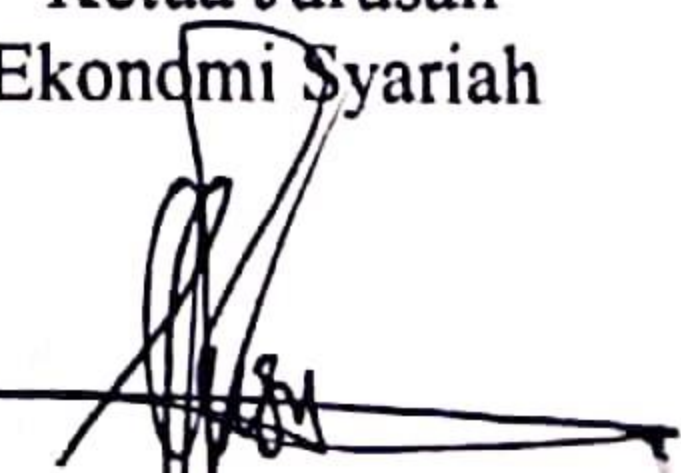
DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Syakir Sofyan, S.E.I., M.E.	
Munaqisy I	Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D	
Munaqisy II	Nur Wanita, S.Ag., M.Ag	
Pembimbing I	Dr. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M	
Pembimbing II	Heru Susanto, Lc., M.H.I	

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah

Dr. Sitti Masyahidah, M.Th.I
NIP. 19670710 199903 2 005

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt., Karena berkat rahmat dan hidayah-Nya jualah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam penulis persembahkan kepada Nabi besar Muhammad Saw., beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Nuruddin dan Ibu Rahmayanti yang telah membesarkan, mendidik dan membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini. Semoga Allah Swt., membalas semua ketulusan dan melimpahkan rahmat-Nya. Aamiin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor IAIN Palu beserta segenap unsur pimpinan, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D. selaku Wakil

Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama sekaligus sebagai Dewan Munaqisy I, serta Ibu Dr. Ermawati, S. Ag., M. Ag.

4. Ibu Dr. Siti Musyahidah., M.Th.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang telah mengarahkan penulis selama dalam proses perkuliahan. Bapak Nursyamsu, S.H.I., M.S.I selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah yang bersedia memberikan saran dan masukan kepada penulis terkait skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M selaku Pembimbing I dan Bapak Heru Susanto, Lc., M.H.I selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
6. Bapak Dr. Muhammad Akbar S.H., M.Hum selaku Penasehat Akademik yang sangat sabar membimbing penulis dalam bidang akademik.
7. Kepala perpustakaan Ibu Supiani S.Ag. dan seluruh staf perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu yang telah memberikan pelayanan selama penulis mencari materi referensi sebagai bahan skripsi sehingga menjadi sebuah karya ilmiah.
8. Seluruh Dosen dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
9. Seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
10. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam seluruh angkatan terkhusus teman-teman ESY-1 2015, dan teman-teman KKN 2019 yang sudah

memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti hingga selesainya penelitian ini.

11. Sahabat-sahabat penulis, Intan, Iin, Leni, Yuni, Odah, Fera, Dhila, Harma, Agus, Irham, dan Azis, yang selalu berjuang bersama selama kuliah, menolong tanpa pamrih serta mendorong penulis untuk terus semangat dan berusaha hingga penyelesaian penelitian ini. Dan teman-teman lainnya Sela dan Nur yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
12. Seluruh pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa dituliskan satu persatu.

Akhirnya, kepada semua pihak yang ikut andil dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini yang tidak tertulis di sini, terima kasih atas segala kebaikan karena telah membantu penulis. Penulis senantiasa mendo'akan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah Swt.

Palu, 19 Agustus 2019 M.
18 Dzulhijjah 1440 H.

Penulis

ULFI IKA AGUSTINA
NIM: 153120016

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Garis-garis Besar Isi.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	9
B. Kajian Teori	11
1. Gaya Hidup	11
2. Situasi Ekonomi	14
3. Keputusan Pembelian Produk	15
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Populasi dan Sampel Penelitian	24
D. Variabel Penelitian.....	27
E. Defenisi Operaional	28
F. Instrumen Penelitian.....	30
G. Teknik Pengumpulan Data.....	31
H. Teknik Analisa Data.....	31
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	32
2. Uji Asumsi Klasik.....	33
3. Uji Regresi Berganda	35
4. Uji Hipotesis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	37
1. Gambaran Umum FEBI IAIN Palu.....	37
2. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian	41
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4. Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
5. Uji Asumsi Klasik.....	49
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
7. Hasil Pengujian Hipotesis	54
8. Koefisien Determinasi.....	56
B. Pembahasan	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Hal.
1. Penelitian Terdahulu	9
2. Jumlah Populasi	27
3. Definisi Operasional Variabel.....	28
4. Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	41
5. Deskripsi Kuesioner	41
6. Karakteristik Responden	42
7. Jurusan Responden.....	42
8. Tahun Angkatan Responden	42
9. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	43
10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	44
11. Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup	46
12. Distribusi Frekuensi Variabel Situasi Ekonomi.....	47
13. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	48
14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
15. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	53
16. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	54
17. Hasil Uji T (Uji Parsial)	55
18. Hasil Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

1. Proses Pembelian	17
2. Kerangka Pemikiran.....	21
3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	40
4. Histogram.....	50
5. Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	50
6. Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner/angket
- Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Asumsi Klasik
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 6 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : Lembar Pengajuan Judul Skripsi
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Pembimbing
- Lampiran 9 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 10 : Dokumentasi
- Lampiran 11 : Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Ulfi Ika Agustina
NIM : 15.3.12.0016
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Situasi Ekonomi terhadap Keputusan Pembelian Laptop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu

Dunia teknologi selalu mewarnai setiap kehidupan manusia , banyak yang dalam manfaatnya memudahkan manusia dalam kegiatan sehari-hari seperti halnya produk laptop. Di Indonesia sendiri pertumbuhan laptop cukup *fluktuatif* setiap tahunnya. Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diantaranya dipengaruhi oleh karakteristik faktor pribadi, yaitu gaya hidup dan situasi ekonomi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah gaya hidup dan situasi ekonomi berpengaruh secara parsial dan serentak terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2015 dan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *proporsional stratified random sampling* sebanyak 84 orang, dengan menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel. Teknik pengumpulan data adalah melalui teknik kuesioner dan wawancara. Dan teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program *SPSS 21 For Windows*, menunjukkan bahwa secara parsial gaya hidup dan situasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian laptop mahasiswa. Dan juga menunjukkan bahwa gaya hidup dan situasi ekonomi secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel independen (gaya hidup dan situasi ekonomi) yang diteliti mampu menjelaskan 65,1% pengaruhnya terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), sedangkan sisanya 34,9% dijelaskan oleh variabel independen yang lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri sekarang ini berjalan semakin pesat dan bertambah maju, bersamaan majunya teknologi serta ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh manusia. Hal ini berdampak banyaknya perusahaan baru yang bermunculan dan menghasilkan suatu produk yang hampir sama, sehingga mengakibatkan persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan dalam mendapatkan konsumen.

Dunia teknologi selalu mewarnai setiap kehidupan manusia, sehingga menarik untuk diamati, ini ditandai dengan berkembangnya internet dan teknologi informasi pada setiap individu, yang pemanfaatan teknologi dapat dilihat dari pola dan gaya hidup individu, seperti untuk menyelesaikan pekerjaan, tugas akademis hingga untuk mencari hiburan. Dalam teknologi, aqidah Islam harus dijadikan basis segala konsep dan aplikasinya. Dengan bersumber kepada al-Qur'an dan Hadits, dan syariah Islam harus dijadikan sebagai standar pemanfaatan teknologi tersebut.¹ Ketentuan halal haram wajib dijadikan tolak ukur dalam pemanfaatannya, Selama sesuatu itu bermanfaat dalam hal kebaikan dan dapat memuaskan kebutuhan manusia maka sesuatu hal tersebut dapat dilakukan.²

¹ Yudi Istianto, "Hubungan Islam dan Teknologi". *dakwahkis.blogspot.com*, 02 Mei 2016. <http://dakwahkis.blogspot.com/2016/05/hubungan-islam-dan-teknologi-islam.html?m=1> (diakses 24 Januari 2019).

² Muhammad Amin Suma, *Menggali AkarMengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. (Jakarta: Kholam Pub. 2008), h. 185.

Allah berfirman dalam Q.S Al-Anbiyaa' (21): 80

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ ﴿٨٠﴾

Terjemahannya:

Dan telah kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu, maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah)”³

Pada ayat ini Allah mengajari Dawud As cara membuat baju besi. Beliau adalah orang pertama yang menciptakan dan mengetahuinya. Hasil karyanya menyebar ke generasi selanjutnya. Allah melunakkan besi bagi beliau dan mengajari bagaimana cara membentuknya. Manfaatnya besar, yaitu sebagai pelindung di medan peperangan dan di saat pertarungan sengit. Maka hendaklah bersyukur atas nikmat Allah yang tercurahkan kepada kalian yang Allah praktikkan melalui tangan hamba-Nya Dawud As.⁴

Seiring berkembangnya teknologi saat ini, banyak yang dalam manfaatnya memudahkan manusia dalam kegiatan sehari-hari, seperti halnya produk laptop, yang mana produk laptop atau komputer jinjing merupakan komputer yang berukuran relatif kecil dan ringan, selain itu mudah di bawa atau *fleksibel*. Laptop terkadang disebut juga dengan komputer *notebook* atau *notebook* saja, dengan memiliki beberapa varian, fasilitas atau fitur-fitur yang diimbangnya, serta desain produk yang

³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT Gerafika, 2009), h. 328.

⁴ Abdurrahman, *Tafsir Al-Qur'an (4) Surat: Ar-Ra'd – Al-Hajj*. (Jakarta: Darul Haq, 2005), h. 615.

disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan konsumen. Hal tersebut merupakan daya tarik untuk mempengaruhi perilaku konsumen.

Di Indonesia pertumbuhan laptop cukup *fluktuatif* setiap tahunnya, pasalnya permintaan konsumen terhadap laptop ini cenderung bertambah. Hal ini terlihat dari data yang diperoleh oleh lembaga riset dan analisis dunia *International Data Corporation* (IDC) selama kuartal kedua 2018 (Q218) tercatat total pengiriman *Personal Computer* (PC) tradisional (*desktop, notebook, dan workstation*) berjumlah 62,3 juta unit, dengan pertumbuhan setiap tahunnya rata-rata meningkat 2.7%.⁵ Meskipun demikian laptop masih unggul dari pada *desktop*, terlihat dari laporan pangsa pasar *Personal Computer* (PC) yang dikeluarkan oleh perusahaan analisis pasar teknologi, *International Data Corporation* (IDC) Indonesia bahwa laptop masih terus mendominasi pasar *Personal Computer* (PC) dari pada *desktop*.⁶

Perilaku konsumen adalah proses dimana seseorang berhubungan dengan pencarian, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, diantaranya dipengaruhi oleh karakteristik faktor pribadi, yaitu gaya hidup dan situasi ekonomi.

⁵ IDC: Top 5 PC Companies Q2 2018". *Seluler.Id*, Agustus 2018. <https://seluler-id.cdn.ampproject.org/v/s/seluler.id/2018/08/idc-top-5-pdc-companies-q2-2018/amp/> (diakses 25 Januari 2019).

⁶ Anugerah Perkasa dan Eka Santhika, "Pasar Laptop Terus Mendominasi, Gerus Desktop dan Komersial", *CNN Indonesia* 28 April 2018. <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20180427093102-185-294019/pasar-laptop-terus-mendominasi-gerus-desktop-dan-komersial> (diakses 25 Januari 2019).

Gaya hidup sering dijadikan motivasi dan pedoman dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk, yang secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).⁷ Selain itu pilihan produk sangat dipengaruhi oleh situasi (keadaan) ekonomi seseorang, yang meliputi pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya dan polanya), tabungan dan juga hartanya (termasuk persentase yang mudah untuk dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan uang yang sudah ditabung untuk dapat membeli.⁸ Oleh karena itu, pemasar suatu produk sangat sensitif terhadap pendapatan dan tabungan konsumen.

Keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin banyak manfaat produk yang ditawarkan, akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli.

Produk laptop memberikan kemudahan karena variannya yang kecil dan ringan sehingga digunakan dimanapun dan kapan pun. Kepraktisan merupakan salah satu tren gaya hidup banyak orang di dunia. Laptop merupakan hasil salah satu

⁷ Setiadi J Nugroho. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2010), 77.

⁸ Ibid, 65.

perkembangan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang memiliki mobilitas yang sangat tinggi. Tersedianya layanan *hotspot/wifi* yang berkembang di berbagai tempat menjadi faktor pendorong semakin populernya produk laptop.

Pada saat ini fenomena mahasiswa yang memiliki laptop sudah tidak asing lagi dijumpai, karena laptop bagi mahasiswa diperlukan dan bukan sekedar diinginkan mahasiswa merupakan salah satu target penjualan oleh perusahaan laptop, karena dalam kegiatan perkuliahan laptop merupakan barang yang sangat penting untuk dimiliki, salah satunya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu yang dalam kegiatan perkuliahan sangat membutuhkan laptop sebagai alat pendukung mengerjakan tugas-tugas kuliah dan juga dalam mata kuliah praktek bank, laptop merupakan sarana penting dalam pemahaman pembelajaran praktikum. Dengan demikian banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu yang menggunakan laptop sebagai penunjang kemaksimalan pembelajaran dalam perkuliahan, meskipun dalam segi harga tidak murah tetapi banyak mahasiswa yang memutuskan melakukan pembelian terhadap laptop.

Melihat kenyataan ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Gaya Hidup Dan Situasi Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Palu*".

B. Rumusan Masalah

1. Apakah variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu?
2. Apakah variabel situasi ekonomi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu?
3. Apakah variabel gaya hidup dan situasi ekonomi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel situasi ekonomi secara parsial terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel gaya hidup dan situasi ekonomi secara serempak terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat teoritisnya adalah untuk memperkaya khasanah pengetahuan mengenai pengaruh gaya hidup dan situasi ekonomi terhadap keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.
2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil yang diperoleh di dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan penjualan produk dan sebagai referensi bagi perusahaan terutama untuk melakukan analisis terhadap perilaku konsumen yang akan menjadi dasar dalam proses pengambilan kebijakan pemasaran laptop.

b. Bagi Mahasiswa

Dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

E. Garis-Garis Besar Isi

Garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal yang diungkapkan di dalam materi pembahasan tersebut antara lain sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan yang akan menguraikan terkait latar belakang masalah, selanjutnya rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan garis-garis besar isi.

Bab II adalah kajian pustaka yang akan menguraikan terkait penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III adalah metode penelitian yang akan menguraikan tentang pendekatan dan desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan dan teknik analisis data.

Bab IV adalah hasil penelitian yang akan menguraikan tentang hasil dan pembahasan penelitian.

Bab V adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan di dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

1	Peneliti	Rika Rangkuti.
	Judul Penelitian	Pengaruh Situasi Ekonomi, Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian <i>Iphone</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ¹
	Hasil Penelitian	Menunjukkan bahwa secara simultan situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan parsial dalam keputusan pembelian <i>Iphone</i>

¹ Rika Rangkuti, "Pengaruh Situasi Ekonomi, Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara". Skripsi tidak diterbitkan (Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2017).

	persamaan	- Variabel <i>independen</i> (gaya hidup dan situasi ekonomi) dan variabel <i>dependen</i> (keputusan pembelian) - Alat analisis (regresi linier berganda)
	Perbedaan	- Lokasi penelitian (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) - Teknik pengambilan sampel (<i>accidental sampling</i>)
2	Peneliti	Umi Amirtaningsih.
	Judul Penelitian	Pengaruh Keadaan ekonomi, gaya hidup dan tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang pembantu Salatiga. ²
	Hasil Penelitian	Menunjukkan bahwa variabel keadaan ekonomi, gaya hidup, dan tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
	Persamaan	- Variabel <i>independen</i> (gaya hidup dan situasi ekonomi) dan variabel <i>dependen</i> (keputusan pembelian) Alat analisis (regresi linier berganda)
	Perbedaan	- Lokasi penelitian (Bank Muamalat Indonesia cabang pembantu Salatiga)

² Umi Amirtaningsih, ‘‘Pengaruh Keadaan Ekonomi, Gaya Hidup, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Salatiga’’. Skripsi tidak diterbitkan (Salatiga : IAIN Salatiga, 2016).

		- Teknik pengambilan sampel (<i>accidental sampling</i>)
3	Peneliti	Melissa Paendong dan Maria V.J Tielung
	Judul Penelitian	Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado ³
	Hasil Penelitian	Menunjukkan bahwa variabel kebutuhan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
	Persamaan	- Variabel <i>independen</i> penelitian (gaya hidup) dan <i>dependen</i> (keputusan pembelian) - Alat analisis (regresi berganda)
	Perbedaan	- Lokasi penelitian (Manado) - Tekhnik pengambilan sampel (<i>accidental sampling</i>)

B. Kajian Teori

1. Gaya Hidup

Menurut Nugroho J. Setiadi dalam bukunya mendefinisikan gaya hidup yaitu:

“Sebagai cara hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting

³ Melisa Pandong dan Maria V.J.Tielung, “Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado”. Skripsi tidak diterbitkan (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2016).

dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat)”⁴.

Sedangkan menurut Well dan Tigert dalam Nugraha J. Setiadi, Pendekatan gaya hidup dapat diamati atau diukur dengan sistem AIO (*Activities, Interest, and Opinion*) dalam pengertian:

- a. *Activities*/aktifitas yaitu mengidentifikasi apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka. *Activities* merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya.
- b. *Interest*/minat yaitu apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
- c. *Opinion*/Opini merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri.

Setiap orang memiliki opini, minat, dan aktifitas yang berbeda. Sebagai akibatnya mereka cenderung memperlihatkan pola perilaku yang berbeda, termasuk membeli produk dan merek yang berbeda dan menggunakannya dalam cara yang berbeda dan untuk tujuan yang berbeda. Pola kegiatan, minat, dan opini yang luas ini dan perilaku yang muncul disebut sebagai gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup konsumen langsung dipengaruhi oleh pendidikan, pendapatan rumah tangga, pekerjaan, dan jenis produk dan jasa yang dibeli untuk memainkan peran mereka.

⁴ Setiadi, *Perilaku Konsumen*. 77.

Gaya hidup merupakan identitas kelompok. Gaya hidup setiap kelompok akan mempunyai ciri-ciri unit tersendiri. Walaupun demikian, gaya hidup akan sangat relevan dengan usaha-usaha pemasar untuk menjual produknya. Untuk memahami bagaimana gaya hidup sekelompok masyarakat, diperlukan program atau instrument untuk mengukur gaya hidup yang berkembang. *Survey or Research International (SRI)* telah mengembangkan program untuk mengukur gaya hidup ditinjau dari aspek nilai kultural, yaitu *outer directed*, *inner directed*, dan *need driven*. Program itu disebut sebagai VALAS 1 (*value and life style 1*).⁵

- a. *Outer directed* merupakan gaya hidup konsumen yang jika dalam membeli suatu produk harus sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma tradisional yang telah terbentuk.
- b. *Inner directed* merupakan gaya hidup konsumen yang jika dalam membeli suatu produk bertujuan untuk memenuhi keinginan dari dalam dirinya untuk memiliki sesuatu, dan tidak terlalu memikirkan norma-norma budaya yang berkembang.
- c. *Need driven* merupakan konsumen yang membeli suatu sesuatu didasarkan atas kebutuhan dan bukan keinginan berbagai pilihan yang tersedia. Mereka merupakan kelompok konsumen yang mempunyai pendapatan terbatas.

⁵ Ibid, 82.

2. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi adalah keadaan baik atau lancar dan tersendatnya perjalanan ekonomi. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh situasi atau keadaan ekonomi seseorang, jika orang tersebut sedang memiliki uang yang lebih, secara otomatis ia akan memilih produk berkualitas yang harganya lebih mahal. Jika sedang tidak memiliki uang lebih, konsumen akan memilih produk yang harganya cenderung lebih murah, atau bahkan akan mencari produk yang berdiskon.

Situasi ekonomi meliputi pendapatan yang dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas, dan pola waktunya), tabungan dan kekayaan (termasuk presentase yang lancar/*likuid*), kekuatan untuk meminjam dan pendirian terhadap belanja dan menabung.⁶

Selain itu, dalam al-Qur'an dijelaskan juga mengenai cara mengatur pembelanjaan harta adalah dengan mengikuti petunjuk Allah swt, sebagaimana dalam firman-Nya dalam Q.S Al-Furqan (25): 67

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

Terjemahannya :

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.⁷

Makna ayat 67 menurut keterangan Mahhas, bahwa اسراف ialah mengeluarkan belanja dengan boros kepada jalan maksiat dan اقتار ialah menahan

⁶ Ibid, 65.

⁷ Kementerian Agama, *Al-Qur'an*, h. 367.

harta itu dan mengunci rapat, tidak mau membelanjakan nafkah hartanya pada menaati Allah.⁸ Selain itu ayat ini dengan tegas menganjurkan untuk bersikap sederhana dalam membelanjakan harta, baik untuk diri mereka maupun keluarga. Dengan tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir, dengan mengeluarkannya dalam hal-hal yang wajib, seperti zakat, *kaffarat* (bayar denda) dan berbagai belanja wajib dan dalam hal-hal yang pantas, dengan cara yang pantas pula tanpa menimbulkan bahaya bagi diri sendiri dan orang lain.⁹

Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga harus terus memperhatikan tren penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga. Jika indikator ekonomi menandakan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, dan menetapkan kembali harga produk mereka sehingga mereka dapat terus menawarkan nilai pada pelanggan.¹⁰

3. Keputusan Pembelian Produk

a. Pengertian keputusan pembelian produk oleh konsumen

Kotler mengemukakan pengertian keputusan pembelian yaitu :

⁸ Abdul Halim Hasan, *Tafsir Al-Ahkam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 556.

⁹ Abdurrahman, *Tafsir Al-Qur'an (5) Surat: Al-Mu'minin – Saba'*. (Jakarta: Darul Haq, 2005), h. 210

¹⁰ Setiadi, *Perilaku Konsumen*. 371.

“Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk”.¹¹

Sedangkan Menurut teori ekonomi mikro atau teori ekonomi mikro klasik yang dikembangkan oleh ahli-ahli ekonomi seperti Adam Smith dan kawan-kawannya dalam Sunyoto mengatakan:

“Keputusan membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis, rasional yang sadar. Pembeli individu berusaha menggunakan barang-barang yang memberikan kegunaan paling banyak, sesuai dengan selera dan harga yang relatif, konsumen selalu akan berusaha mendapatkan kepuasan maksimal, dan konsumen akan meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk untuk jangka waktu yang lama, bila ia telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama yang telah dikonsumsikannya, karena konsumen selalu mencoba untuk memaksimalkan kepuasannya dalam batas-batas finansialnya¹²

Keputusan membeli juga harus dapat dibedakan dengan maksud membeli yang dilakukan oleh konsumen. Maksud membeli akan dipengaruhi oleh sikap orang lain dan faktor-faktor situasional yang tidak terduga dengan mungkin dapat mengubah maksud membeli tersebut, baik itu jadi membeli atau tidak jadi membeli. Sedangkan di dalam keputusan membeli yang dilakukan konsumen sudah jelas, dalam arti konsumen sudah memutuskan untuk jadi membeli, menungguhkan atau batal membeli.¹³

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Cet.XIII; Jakarta: Erlangga, 2009), h. 184.

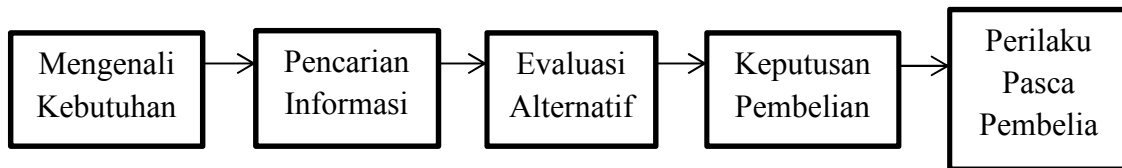
¹² Sunyoto Danang, *Praktik Riset Prilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*. (Jakarta: PT Buku Seru, 2014), h. 3.

¹³ Husein Umar, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2000), h. 245.

b. Proses pengambilan keputusan

Tahap-tahap pengambilan keputusan menurut Kotler dan Keller dibagi ke dalam lima tahapan, yaitu yang terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian.¹⁴

Gambar 1
Proses Pembelian



Secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengenalan masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari adanya perbedaan antara kondisi yang sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal (dari dalam diri) atau eksternal (lingkungan).

2) Pencarian informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu

¹⁴ Kotler, Keller, *Manajemen*, 185.

keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi yang aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelpon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dibedakan menjadi empat kelompok yaitu:¹⁵

- a) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
- b) Sumber komersial: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran.
- c) Sumber umum: media massa dan organisasi konsumen.
- d) Sumber pengalaman: pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk.

Karena itu suatu perusahaan harus “menyusun strategi” agar mereknya masuk keperangkat pengenalan, perangkat pertimbangan, dan perangkat pilihan dari calon pembeli. Lebih jauh lagi, perusahaan harus mengidentifikasi merek lain yang ada diperangkat pilihan dari konsumen sehingga perusahaan dapat merencanakan daya tarik produknya yang bersaing.

3) Evaluasi alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang yang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

¹⁵ Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 16.

4) Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mempengaruhi alternatif pilihan seorang akan tergantung pada dua hal: (a) Interaksi sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen, dan (b) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya.¹⁶

Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

5) Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen

¹⁶ Ibid, 17.

tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.¹⁷

a) Kepuasan sesudah pembelian

Setelah membeli suatu produk, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Beberapa pembeli tidak akan menginginkan produk cacat tersebut, yang lainnya akan bersifat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat itu sesuatu yang meningkatkan nilai produk.

b) Tindakan sesudah pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Sedangkan konsumen yang tidak puas akan mengambil satu atau dua tindakan. Dengan mereka mungkin akan mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut.

c) Penggunaan dan pembuangan sesudah pembelian

Para pemasar juga harus mengontrol bagaimana menggunakan dan membuang suatu produk. Dengan mempelajari pemakaian dan pembuangan

¹⁷ Ibid, 17.

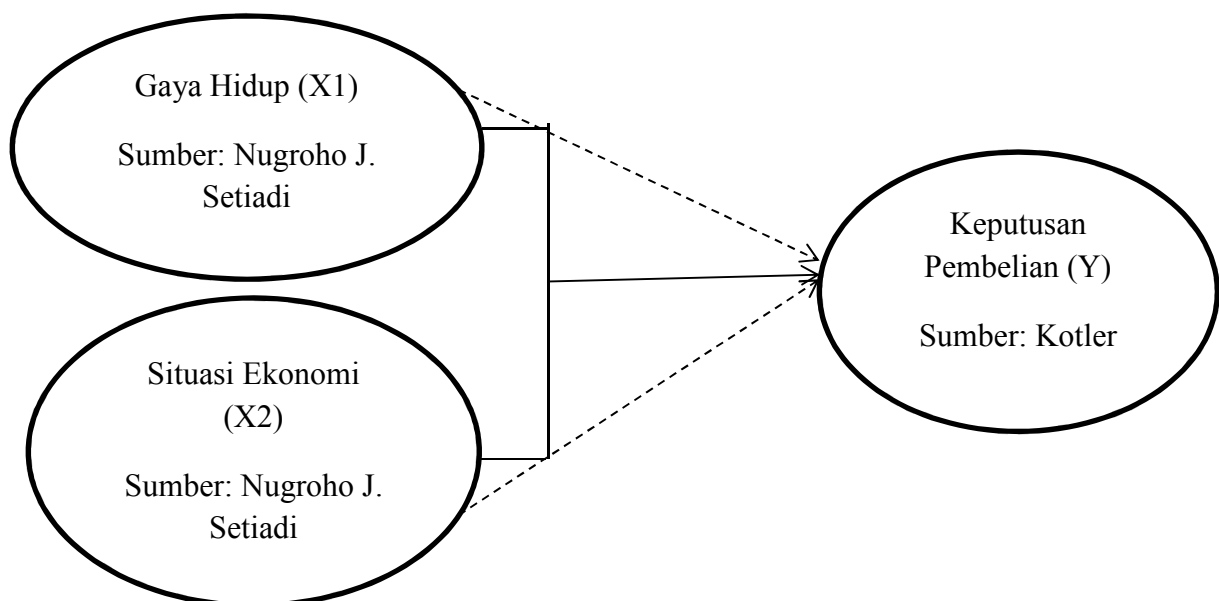
produk untuk mendapatkan isyarat-isyarat dari masalah-masalah dan peluang-peluang yang mungkin ada.

Dengan pemahaman kebutuhan dan proses pembelian konsumen adalah sangat penting dalam membangun strategi pemasaran yang efektif. Dengan mengerti bagaimana pembeli melalui proses pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi alternative, memutuskan membeli, dan perilaku setelah membeli. Juga dengan mengerti berbagai partisipan dalam proses pembelian dan pengaruh-pengaruh utama dalam perilaku membeli mereka, para pemasar dapat merancang program pemasaran yang lebih efektif bagi pemasar mereka.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pembahasan pada landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat disusun kerangka pemikiran :

Gambar 2
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————> = Pengaruh secara serentak

-----> = Pengaruh secara parsial

Variabel gaya hidup sering dijadikan motivasi dan pedoman dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk, dan selain itu pilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh situasi atau keadaan ekonomi seseorang, keduanya sangat berhubungan karena kedua variabel tersebut merupakan salah satu faktor pribadi dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian. Dengan demikian, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti di atas.

D. Hipotesis

Berdasarkan dari rumusan masalah yang di uraikan dalam penelitian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 :Diduga variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Laptop pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu.

H2 :Diduga variabel situasi ekonomi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Laptop pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu.

H3 :Diduga variabel gaya hidup dan situasi ekonomi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian Laptop pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini berfokus untuk mengetahui variabel gaya hidup dan situasi ekonomi terhadap keputusan pembelian mahasiswa IAIN Palu melalui perolehan hasil data berbentuk angka-angka yang selanjutnya akan dilakukan analisis melalui statistik.²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di wilayah lingkungan kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, karena banyak mahasiswa IAIN Palu yang menggunakan laptop, selain itu dapat memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan, yang berkaitan dengan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu angkatan

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 8.

² Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Metode Penelitian*. (Cet.1, Bandung : PT. Rafika Adiatama, 2014), h. 117.

2015 dan 2016. Memiliki 2 jurusan, yaitu, jurusan Ekonomi Syariah yang berjumlah 307 dan jurusan Perbankan Syariah berjumlah 213. Dengan keseluruhan jumlah populasi yaitu 520 mahasiswa..³

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu angkatan 2015 dan 2016. Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, maka peneliti menggunakan rumus *slovin* dalam Siregar yaitu :⁴

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Error/persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir atau diinginkan. Misalnya dalam penelitian ini digunakan batas toleransi kesalahan 10%.⁵

Jika Populasi (n) = 520 mahasiswa dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel (e) sebesar 10%. Maka besar sampel adalah :

$$n = \frac{520}{1 + 520(0.1)^2} = \frac{520}{1 + 520(0.01)} = \frac{520}{1 + 5,2} = \frac{520}{6,2} = 83,8 = 84$$

³ Dokumentasi diperoleh dari Soraya (Staf akma Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu) pada tanggal 22 April 2019.

⁴ Syofyan Siriger, *Metode Penelitian Kuantitatif (dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS)*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 34.

⁵ Eriyanto, *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*, (Yogyakarta: LKis, 2007), h. 288.

Jadi (n) dalam penelitian ini adalah 84 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu angkatan 2015 dan 2016.

Untuk menentukan jumlah sampel dari masing-masing jurusan, maka penulis menggunakan teknik *proporsional stratified random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel apabila keadaan populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.⁶

Untuk menentukan jumlah sampel di setiap angkatan, maka peneliti menggunakan rumus alokasi *proporsional*:⁷

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Dimana:

- n_i = Jumlah sampel ke i
- N_i = Jumlah populasi ke i
- N = Jumlah populasi
- n = Jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersebut maka didapatkan sampel untuk masing-masing jurusan seperti pada tabel 2.

Tabel 2

Jumlah Populasi dan Sampel

No	Angkatan	Jumlah	Responden
1	2015	208	$\frac{208}{502} \times 84 = 33,6 = 34$

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 134.

⁷ Ating Somantri dan Sambas Ali Muhaidin, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), h. 79.

2	2016	312	$\frac{312}{520} \times 84 = 50,4 = 50$
Jumlah		502	84

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan data di atas, maka pengambilan sampel dari masing-masing angkatan yang terdiri dari angkatan 2015 dan 2016 jurusan Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, dilakukan secara acak perangkatan dengan cara pengambilannya menggunakan nomor undian.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau juga dapat diartikan variabel adalah konsep yang memiliki bermacam-macam nilai.⁸

Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu:

1. Variabel Bebas (*variabel independen*)

Variabel bebas (*variabel independen*) yang dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi suatu variabel lain (*variabel dependen*). *Variabel independen* dalam penelitian ini yaitu gaya hidup dan situasi ekonomi:

X1 = Gaya Hidup

X2 = Situasi Ekonomi

⁸ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta, UII Perss, 2005), h. 93.

2. Variabel Terikat (*variabel dependen*)

Variabel terikat (*variabel dependen*) yang dilambangkan dengan (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*variabel independen*). Variabel terikat (*variabel dependen*) dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian mahasiswa.

$$Y = \text{Keputusan Pembelian}$$

E. Definisi Operasional

Berdasarkan judul di atas, agar lebih fokusnya penelitian ini maka perlu adanya definisi operasional. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya untuk mengukur suatu variabel.

Adapun definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat) Sumber : Nugroho J. Setiadi	a. Aktifitas pengguna laptop b. Minat pengguna laptop c. Pendapat atau opini pengguna laptop d. Kelompok konsumen Sumber : Nugroho J. Setiadi

2	Situasi Ekonomi (X2)	Penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan, dan pendapatan untuk membeli suatu produk yang diinginkan Sumber : Nugroho J. Setiadi	a. Keadaan atau kondisi ekonomi b. Bergantung pada orang lain c. Memiliki tabungan d. Kemampuan untuk meminjam Sumber : Nugroho J. Setiadi
3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Sumber : Kotler	a. Kemantapan pada sebuah produk b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain d. Melakukan Pembelian Sumber : Kotler

F. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan sebagai pengumpul data dalam suatu penelitian dapat berupa kuesioner. Dimana pernyataan-pernyataan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu yang memuat tentang gaya hidup, situasi ekonomi, dan keputusan pembelian laptop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut

Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. Pernyataan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item pernyataan.⁹ Contoh kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju :

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju				Sangat Setuju
SS (Sangat Setuju)				: Diberi bobot/skor 5
S (Setuju)				: Diberi bobot/skor 4
KS (Kurang Setuju)				: Diberi bobot/skor 3
TS (Tidak Setuju)				: Diberi bobot/skor 2
STS (Sangat Tidak Setuju)				: Diberi bobot/skor 1

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

1. Kuesioner

Kuesioner berupa teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pernyataan-pernyataan dan harus diisi oleh responden.¹⁰ Adapun responden di sini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu yang kemudian akan memilih salah satu alternatif jawaban tersedia.

⁹ Haryadi Sarjono dan Wilda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 6.

¹⁰ Sofyan Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Ed. 1, Cet. 5, Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 132.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berupa teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen maupun informasi lainnya, yang mengenai objek penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur pengaruh gaya hidup dan situasi ekonomi terhadap keputusan pembelian Laptop pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu dengan menggunakan SPSS 21 for windows sebagai alat ukurnya.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹¹ Menurut Sugiyono dalam Sakinah, apabila validitas setiap jawaban yang diperoleh ketika memberikan daftar pertanyaan lebih besar dari 0,3 maka pertanyaan dianggap sudah valid.¹²

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 162.

¹² Sakinah, *Pengaruh Bauran Pemasaran Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Telkomsel Pada Mahasiswa IAIN Palu*, Skripsi tidak diterbitkan (Palu: IAIN 2014), h. 5.

gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Instrumen pernyataan dapat dinyatakan reliabel, handal, atau dapat dipercaya jika responden menjawab pernyataan dengan konsisten. Secara umum dapat dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*-nya $> 0,6$. Apabila variabel yang diteliti memiliki *Cronbach's Alpha* (α) $> 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Sebaliknya *Cronbach's Alpha* (α) $< 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel¹³

2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa model uji asumsi yang dilakukan untuk menilai kehandalan model atau digunakan sebagai persyaratan suatu analisis. Pemenuhan asumsi ini dimaksudkan agar dalam pengerjaan model regresi tidak menemukan penyimpangan dan masalah-masalah statistik. Selain itu, agar model regresi yang dihasilkan memenuhi standar statistic sehingga parameter yang diperoleh logis dan masuk akal. Dan juga dengan terpenuhinya asumsi dasar tersebut, maka hasilnya lebih akurat. Maka, uji asumsi dilakukan pada penelitian ini, adalah:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data yang penelitian dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak.¹⁴ Pada dasarnya uji normalitas membandingkan antara data yang akan diteliti dengan data berdistribusi

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Cet. VII, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013), h. 47.

¹⁴ Asep Saipul Hamdi dan E Baharuddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Cet ke-1, Yogyakarta : Deepulish, 2014), h. 114.

normal berdasarkan mean dan standar deviasi.¹⁵ Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data nominal atau mendekati nominal. Adapun cara untuk mendeteksinya yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual, adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Dari hasil grafik histogram didapatkan garis kurva normal, berarti data yang diteliti berdistribusi normal. Dengan demikian juga dari normal *probability plots*, menunjukkan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multiko. Yaitu dengan melihat nilai pada tabel *Tolerance* dan VIF. Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi *Multikolinearitas*.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atas suatu pengamatan kepengamatan lainnya.¹⁶ Jika varian tetap, maka model regresi tersebut berada pada kondisi homoskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada

¹⁵ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Cet ke-XXII, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 79

¹⁶ Gozali, *Aplikasi Analisis*. 139.

grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang sudah di-studentized. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel *independen*. Metode analisis regresi berganda dengan rumus sebagai berikut.¹⁷

$$Y = b_0 + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Gaya Hidup

X2 = Situasi Ekonomi

b₁-b₂ = Koefisien Regresi

b₀ = Konstanta

e = Faktor Kesalahan

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakan bantuan teknik *SPSS* versi 21 *for windows*.

¹⁷ Riduan, Adnun Rusyana, dan Enas, *Cara Mudah Belajar SPSS 17,0 dan Aplikasi Statistik Penelitian* (Cet III, Bandung: Alfabeta, 2013), h. 107.

4. Uji Hipotesis

a) Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*/terikat.¹⁸ Untuk mengetahui apakah variabel *independen* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*, dilakukan perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{table} pada tingkat kepercayaan 0,05. Dalam uji ini digunakan rumus yang dikemukakan riduan.¹⁹

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{n-k-1}$$

Dimana:

R = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya akan dibandingkan dengan F_{table}

b) Uji T

Uji T untuk mengetahui apakah variabel *independen* yang diteliti secara persial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*. Untuk mengetahuinya koefisien penentu yaitu dengan mengkuadratkan

¹⁸ Ibid, 98.

¹⁹ Riduan, *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Penelitian Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 142.

koefisien persial yang akan menjadi koefisien penentu persial yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang datangnya dari variabel, X_1, X_2 .

c. *Koefisien Determinasi (R^2)*

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y, di mana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu

Sekolah tinggi ilmu syariah (STIS) adalah awal dari terbentuknya fakultas syariah yang bernaung dibawah yayasan Datokarama pada tahun 1995. Pendirian STIS adalah dalam rangka merespon kebutuhan masyarakat sekaligus persiapan mendirikan Fakultas ketiga (Fakultas Syariah) untuk mewujudkan sekaligus sebagai salah satu pelengkap persyaratan untuk mendirikan IAIN Datokarama yang mandiri. Berdasarkan Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997 dua Fakultas Cabang (Tarbiyah dan Ushuluddin) bersama STIS dan ditambah dengan Jurusan Dakwah sebagai Jurusan baru, berubah nomenklatur, tapi bukan menjadi IAIN, melainkan sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Datokarama Palu. Di awal berdirinya STAIN Datokarama Palu yang dipimpin oleh (alm. Prof. Dr. H.M. Noor Sulaiman, PL.), dilanjutkan oleh Rektor kedua dan ketiga yaitu (alm. Drs. H.M. Arsyad Ba'asyien, MH dan Drs. Sudirman Rais, M.Pd.I. dan diujung kepemimpinan Rektor yang ke empat yaitu Bapak Prof. Dr. H Zainal Abidin, M.Ag.) atas kerja keras seluruh pimpinan tersebut beserta jajarannya, bantuan pema provinsi, kota dan kabupaten, pada bulan Desember 2013, STAIN Datokarama resmi naik status menjadi IAIN Palu berdasarkan Perpres No. 51 Tahun 2013.¹

¹Sejarah Singkat FSEI. *fsei.iainpalu.ac..* <http://fsei.iainpalu.ac.id/profil/sejarah-singkat-fsei/> (diakses 14 Juli 2019).

Perubahan status tersebut secara otomatis merubah status dan struktur organisasinya, yang salah satunya adalah Jurusan Syariah berubah menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Demi mewujudkan tujuan utama menjadikan IAIN Palu sebagai UIN Palu, Prof. Dr. Saggaf S Pettalongi, M.Pd. selaku Rektor IAIN Palu saat ini terus bekerja keras, Pemekaran Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) adalah salah satu upaya mewujudkan cita-cita tersebut.²

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2018 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Palu maka terbentuklah Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.³

Berdasarkan keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 100/I.13/KP.07.6/02/2019 tanggal 14 Februari 2019 telah diangkat dalam jabatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palu dan telah dilantik oleh Rektor Institut Agama Islam Negeri Palu pada tanggal 15 Februari 2019.⁴

Visi dan misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai berikut:

a. Visi

²Pak Akbar, KASUBAG Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, “*Wawancara*” (20 Juli 2019, KASUBAG Umum FEBI”

³Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2018 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Palu

⁴Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 100/IN.13/KP.07.6/02/2019 Tentang Pengangkatan Dekan Institut Agama Islam Negeri Palu

Mewujudkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bermutu dan berdaya saing secara global.

b. Misi

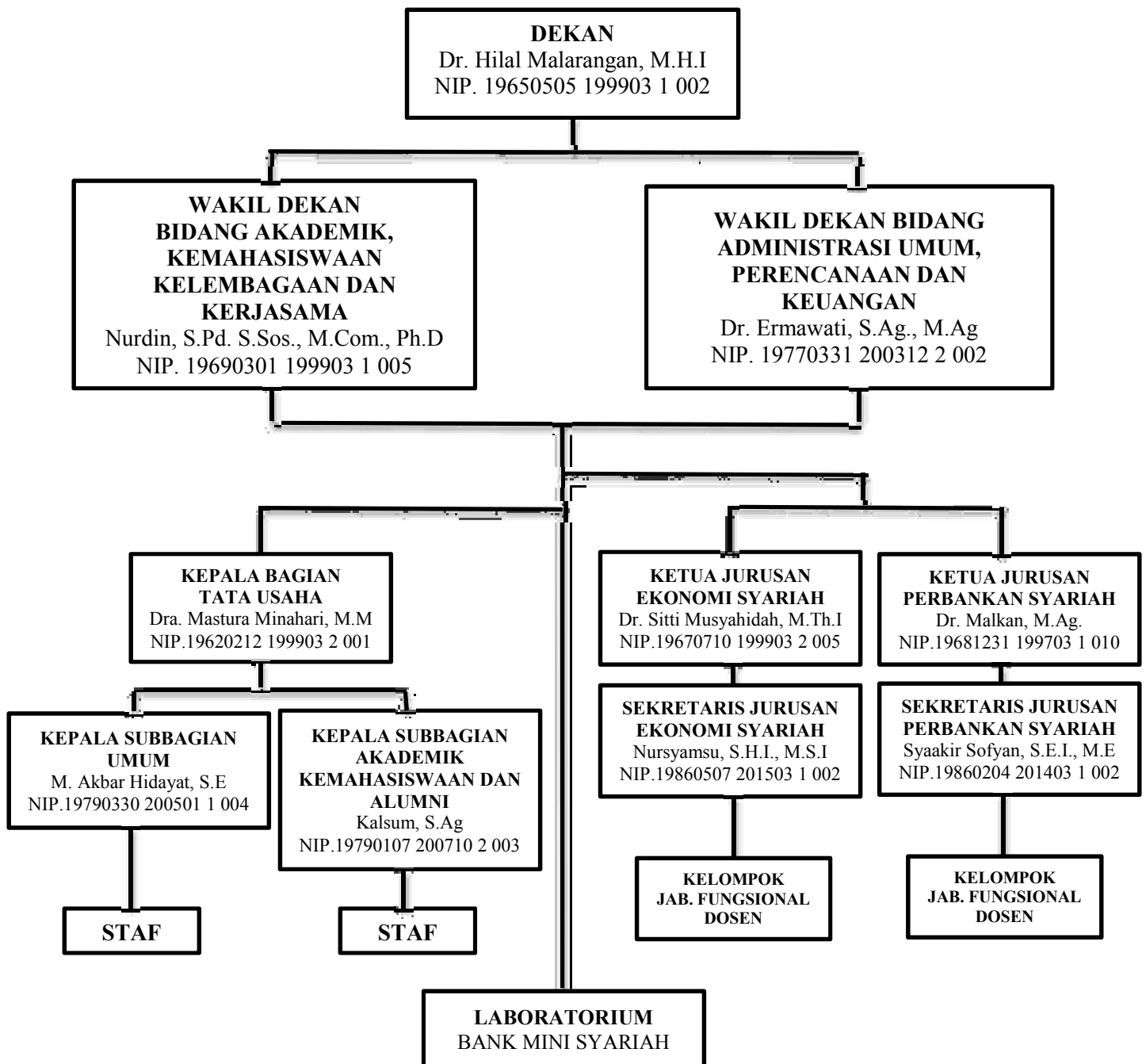
- 1) Memperluas dan memperdalam kajian ilmu keislaman dan ilmu pengetahuan umum secara integratif.
- 2) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan berbasis iman, ilmu dan kearifan lokal.
- 3) Peningkatan kualitas layanan akademik dan administratif berbasis IT.
- 4) Memperluas jaringan kerjasama dengan institusi terkait dibidang keilmuan, kebudayaan, dan teknologi dalam dan luar negeri.
- 5) Meningkatkan peran serta dalam pemberdayaan masyarakat dibidang ekonomi dan bisnis islam.

c. Tujuan

- 1) Melahirkan sarjana ekonomi syariah yang memiliki kedalaman spiritual, keluhuran moral, kecerdasan intelektual dan kematangan profesional.
- 2) Menjadikan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu sebagai motor penggerak pembangunan bangsa dibidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 3) Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu sebagai *centre of exelence* kajian ilmu-ilmu keislaman dan sains secara integratif.

Adapun struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah sebagai berikut :

Gambar 3
STRUKTUR ORGANISASI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM



*Sumber : Kepala Subbagian Umum
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Serta jumlah mahasiswa yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah sebagai berikut :

Tabel 4
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

NO	JURUSAN	ANGKATAN				JUMLAH
		2015	2016	2017	2018	
1	Ekonomi Syariah	148	159	194	236	737
2	Perbankan Syariah	60	153	142	190	545

Sumber : Data Primer Akmah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

2. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu yang beralamatkan di Jl. Diponegoro No. 23 Palu. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang terdiri dari dua jurusan sebagai sampel penelitian. Kuesioner disebarkan oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 5
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Presentase
84	84	84	84	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Dalam tabel 5 dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 84 orang mahasiswa FEBI IAIN Palu. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6
Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	31	36,9%
2	Perempuan	53	63,1%
Jumlah		84	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa dari 84 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 31 orang (36,9%) dan yang berjenis kelamin perempuan 53 orang (63,1%). Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

Tabel 7
Jurusan Responden

No	Jurusan Responden	Jumlah	Persentase
1	Ekonomi Syariah (ESY)	50	59,5%
2	Perbankan Syariah (PSY)	34	40,5%
Jumlah		84	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 7 menunjukkan jumlah responden dari setiap jurusan, dimana responden terbanyak berasal dari Jurusan Ekonomi Syariah yaitu sebanyak 50 orang (59,5%), dan Jurusan Perbankan Syariah sebanyak 34 orang (40,5%).

Tabel 8
Tahun Angkatan Responden

No	Tahun Angkatan	Jumlah	Persentase
1	2015	34	40,5%
2	2016	50	59,5%
Jumlah		84	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 8 menunjukkan jumlah responden dari setiap angkatan, dimana responden terbanyak berasal dari angkatan tahun 2016 yaitu sebanyak 50 responden (59,5%), kemudian angkatan 2015 sebanyak 34 responden (40,5%).

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menggunakan instrumen yang valid dan realibel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan realibel.

Instrumen yang dinyatakan valid dan realibel adalah: instrumen yang valid, berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sedangkan instrumen yang realibel berarti bila digunakan untuk mengukur berkali-kali akan menghasilkan data yang sama.

a. Uji Validitas

Untuk mengetahui valid tidaknya butir pertanyaan atau pernyataan variabel independen adalah dengan melihat tabel *Item Total Statistics*, kemudian lihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Item total Correlation</i>	R Kritis	Ket.
Gaya Hidup (X1)	1	0,639	0,30	Valid
	2	0,679	0,30	Valid
	3	0,574	0,30	Valid
	4	0,464	0,30	Valid
Situasi Ekonomi (X2)	1	0,551	0,30	Valid
	2	0,323	0,30	Valid
	3	0,574	0,30	Valid

	4	0,359	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,652	0,30	Valid
	2	0,719	0,30	Valid
	3	0,595	0,30	Valid
	4	0,766	0,30	Valid

Sumber Data: Output SPSS 2019

Tabel di atas, terlihat bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari ke 3 variabel di atas, dinyatakan semua pernyataan valid karena r_{hitung} lebih besar dan positif dari 0,30.

b. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS versi 21 *for windows* dapat diketahui sebagaimana tabel berikut.

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficiens	Cronbach Alpha	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	4 Item	0,777	Reliabel
Situasi Ekonomi (X2)	4 Item	0,657	Reliabel
Keputusan Pembelian (X3)	4 Item	0,842	Reliabel

Sumber Data: Output SPSS 2019

Tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), yang artinya bahwa semua variabel yaitu X1, X2, dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

4. Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk melihat tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yaitu: gaya hidup dan setuasi ekonomi (variabel independen) dan keputusan pembelian (variabel dependen). Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:⁵

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi – Data terendah

Banyak Kelas = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah:

$$P = \frac{5-1}{5}$$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Sangat Buruk = 1,00 – 1,79

Buruk = 1,80 – 2,59

Cukup Baik = 2,60 – 3,39

Baik = 3,40 – 4,19

⁵Yogi Iskandar, *Pengaruh Kesesuaian Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu* (Skripsi IAIN Palu), 54.

Sangat Baik = 4,20 – 5,00

a. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Gaya Hidup (X1)

Tabel 11
Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5		
1	Laptop sangat mendukung aktifitas saya.	2	-	2	30	50	378	4,50%
		2,3%		2,3%	35,7%	59,5%		
2	Saya berminat untuk menggunakan laptop	2	1	1	36	44	371	4,41%
		2,3%	1,1%	1,1%	42,8%	52,3%		
3	Laptop adalah barang elektronik yang membuat saya menjadi lebih menarik dan mengikuti perkembangan zaman	1	7	18	38	20	321	3,82%
		1,3%	8,3%	21,4%	45,2%	23,8%		
4	Laptop sudah menjadi tradisi di lingkungan saya	3	2	22	38	19	320	3,80%
		3,5%	2,3%	26,1%	45,2%	22,6%		
Rata-rata								4,13%

Dari hasil penelitian, tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel kehandalan memiliki skor jawaban 378 dengan nilai rata-rata 4,50% maka termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik. Untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 371 dengan nilai rata-rata 4,41% maka, pernyataan kedua

termasuk dalam kriteria sangat baik. Sedangkan pernyataan ketiga yaitu sebanyak 321 dengan nilai rata-rata 3,82% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria baik. Dan untuk pernyataan keempat, total skor jawaban 84 responden adalah 320 dengan nilai rata-rata 3,80% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria baik.

b. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Situasi Ekonomi (X2)

Tabel 12
Distribusi Frekuensi Situasi Ekonomi

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5		
1	Keadaan ekonomi saya cukup memadai untuk memiliki laptop	-	3	15	43	23	338	4,02%
			3,5%	17,8%	51,1%	27,3%		
2	Keadaan ekonomi saya hanya bergantung pada orang tua/keluarga/orang lain untuk memiliki laptop	2	3	8	28	43	359	4,70%
		2,3%	3,5%	9,5%	33,3%	51,1%		
3	Saya memiliki tabungan untuk membeli laptop	5	9	22	33	15	296	3,52%
		5,9%	10,7%	26,1%	39,2%	17,8%		
4	Saya mendapatkan pinjaman untuk membeli laptop	21	23	22	16	2	207	2,46%
		25%	27,3%	26,1%	19,0%	2,3%		
Rata-rata								3,67%

Dari hasil penelitian, tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel situasi ekonomi memiliki skor jawaban 338 dengan nilai rata-

rata 4,02% maka termasuk dalam kriteria penilaian baik. Untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 359 dengan nilai rata-rata 4,70% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria sangat baik. Sedangkan pernyataan ketiga yaitu sebanyak 296 dengan nilai rata-rata 3,52% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria baik. Dan untuk pernyataan keempat, total skor jawaban 84 responden adalah 207 dengan nilai rata-rata 2,46% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria buruk.

c. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 13
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Skor	Rata-rata	
		1	2	3	4	5			
1	Laptop adalah kebutuhan hidup saya	2	2	13	31	36	349	4,15%	
		2,3%	2,3%	15,4%	36,9%	42,8%			
2	Saya mencari dan mengetahui produk laptop dari teman-teman, sahabat, keluarga dan lingkungan	1	4	4	39	36	357	4,25%	
		1,1%	4,7%	4,7%	46,4%	42,8%			
3	Saya melakukan evaluasi untuk menilai dengan memilih beberapa produk sebelum memutuskan pembelian	1	1	3	33	46	374	4,45%	
		1,1%	1,1%	3,5%	39,2%	54,7%			
4	Saya memutuskan untuk pembelian laptop	1	2	2	28	51	378	4,50%	
		1,1%	2,3%	2,3%	33,3%	60,7%			
Rata-rata									4,33%

Dari hasil penelitian, tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel kepuasan pelanggan memiliki skor jawaban 349 dengan nilai rata-rata 4,15% maka termasuk dalam kriteria penilaian baik. Untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 357 dengan nilai rata-rata 4,25% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria sangat baik. Sedangkan pernyataan ketiga yaitu sebanyak 374 dengan nilai rata-rata 4,45% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria sangat baik. Dan untuk pernyataan keempat, total skor jawaban 84 responden adalah 378 dengan nilai rata-rata 4,50% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria sangat baik.

5. Uji Asumsi Klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut:

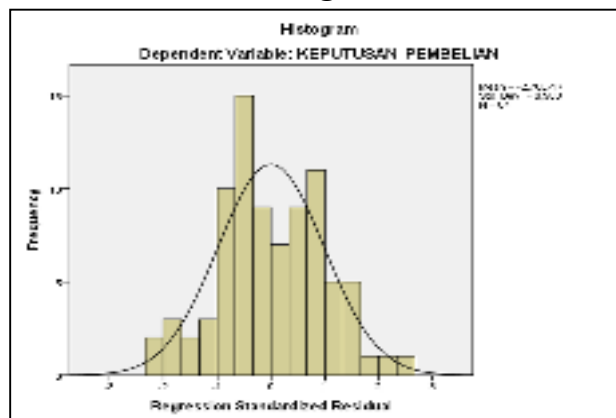
a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk

mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik. Beberapa grafik yang digunakan untuk melihat normalitas yaitu Grafik Histogram dan *Probability Plot*.

Dengan menggunakan *SPSS for Windows versi 21* baru terlihat grafik distribusi normal sebagai berikut:

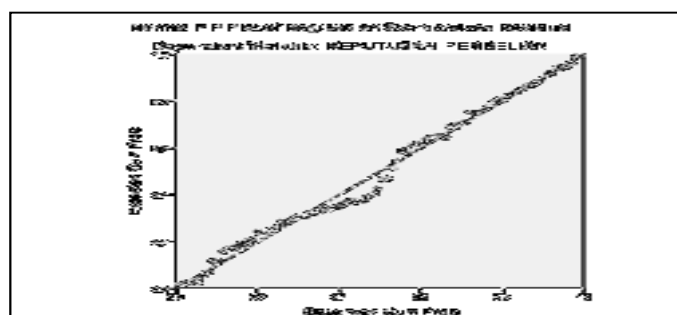
Gambar 4
Histogram



Grafik histogram di atas menunjukkan bahwa data penelitian menunjukkan bentuk normal karena mengikuti bentuk distribusi normal dimana pola distribusi yang normal tidak terjadi kemiringan, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas data.

Sedangkan hasil dari grafik *Probability Plot (P-Plot)* dari program *SPSS for Windows Release 21* adalah sebagai berikut:

Gambar 5
Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas

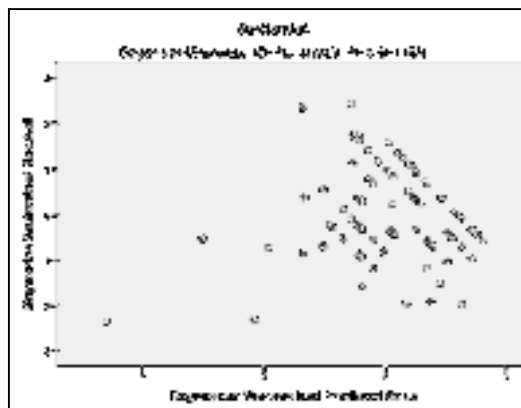


Berdasarkan grafik tersebut terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi terbaik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji asumsi ini dilakukan dengan melalui grafik *scatterplot* antara variabel terikat (ZPRED) dan variabel bebas (SRESID).

Gambar 6
Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar grafik di atas terlihat bahwa titik-titik atau poin-poin menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Pada tabel berikut ini dapat dilihat hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan nilai VIF dan *tolerance* untuk masing-masing variabel independen.

Tabel 14
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 GAYA HIDUP	0,747	1,338
SITUASI EKONOMI	0,747	1,338

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa dalam model regresi bebas dari adanya multikolinear. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* yang kurang dari 0,10. Selain itu, hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satupun variabel independen yang menunjukkan nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah salah satu alat statistik nonparametrik yang berfungsi menganalisis keterkaitan dan keterhubungan di antara dua atau lebih variabel penelitian yang berbeda, yaitu variabel dependen dan independen dengan membutuhkan data terdiri dari beberapa kelompok hasil observasi pengukuran. Selanjutnya dari hasil analisis regresi berganda ini akan diketahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dan simultan variabel gaya hidup (X1) dan situasi ekonomi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil olah data menggunakan *SPSS 21 for Windows* diperoleh hasil analisis regresi berganda sebagai berikut.

Tabel 15
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,883	1,181		2,442	,017		
1 GAYA HIDUP	,708	,077	,694	9,252	,000	,747	1,338
SITUASI EKONOMI	,193	,073	,198	2,644	,010	,747	1,338

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi linear berganda pada tabel di atas, kemudian dimasukkan ke dalam model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,883 + 0,708x_1 + 0,193x_2$$

Persamaan regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa kedua variabel independen (gaya hidup dan situasi ekonomi) memiliki arah yang positif terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil perhitungan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta positif sebesar 2,883 mempunyai arti keputusan pembelian mahasiswa akan meningkat sebesar 2,883 jika variabel gaya hidup dan situasi ekonomi konstan atau bernilai nol (0).
- b) Koefisien regresi gaya hidup (X1) sebesar 0,708 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel gaya hidup mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel gaya hidup (X1) akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,708 jika variabel lain dianggap konstan.

c) Koefisien situasi ekonomi (X2) sebesar 0,193 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel situasi ekonomi mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel situasi ekonomi (X2) akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,193 jika variabel lain dianggap konstan.

7. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini ingin diketahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 16
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	405,746	2	202,873	78,423	,000 ^b
Residual	209,540	81	2,587		
Total	615,286	83			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Situasi Ekonomi

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $78,42 > F_{tabel}$ 3,10 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel gaya hidup (X1) dan situasi ekonomi (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah variabel independen benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen. Berikut di bawah ini tabel hasil uji T pada tabel *coefficients*.

Tabel 17
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constanta)	2,883	1,181		2,442	,017		
1 GAYA HIDUP	,708	,077	,694	9,252	,000	,747	1,338
SITUASI EKONOMI	,193	,073	,198	2,644	,010	,747	1,338

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji T dari 2 variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi terlihat bahwa:

- 1) Gaya hidup (X1) diperoleh nilai t_{hitung} 9,252 > t_{tabel} 1,988 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0,000 < dari nilai α 0,05. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel gaya hidup (X1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom B. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 0,708%.
- 2) Situasi ekonomi (X2) diperoleh nilai t_{hitung} 2,664 > t_{tabel} 1,988 dan nilai signifikan (sig) 0,010 < dari nilai α 0,05. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel situasi ekonomi (X2) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun besaran pengaruhnya

dapat dilihat pada kolom *B*. Besaran pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y yaitu 0,193%.

- 3) Jadi, dari variabel gaya hidup dan situasi ekonomi yang diteliti. Maka, variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian laptop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu adalah variabel gaya hidup dengan besaran pengaruh 0,708%.

8. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 21 *For Windows* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut.

Tabel 18
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,812 ^a	,659	,651	1,60839

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Situasi Ekonomi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tampilan output *SPSS Model Summary* besarnya R^2 adalah 0,659 hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel independen yang terdiri dari gaya hidup (X1) dan situasi ekonomi (X2) sebesar 65,9%. Sedangkan sisanya ($100\% - 65,9\% = 34,1\%$) jadi, 34,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti diluar dari penelitian ini.

B. Pembahasan

Berikut ini adalah pembahasan untuk setiap hipotesis dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Gaya Hidup Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Laptop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu

Gaya hidup (X1) diperoleh nilai $t_{hitung} 9,252 > t_{tabel} 1,988$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,000 <$ dari nilai α 0,05. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel gaya hidup (X1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *B*. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 70,8%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (mahasiswa) memandang gaya hidup sudah mampu secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rika Rangkuti, yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian *iphone* pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sumatera utara.⁶

Gaya hidup yang baik adalah gaya hidup yang diajarkan oleh Rasulullah yaitu hidup yang bersahaja dan sederhana. Sederhana dalam bersikap, berpakaian, dan tidak berlebihan dalam membeli makanan, serta tidak lupa untuk menyisihkan (menyedekahkan) sebagian harta yang kita miliki kepada

⁶ Rika, *Pengaruh Situasi Ekonomi*. 2017.

saudara kita yang kurang mampu, dan menghindari gaya hidup yang hedonis. Jika kita membeli suatu barang hendaklah yang sewajarnya dan tidak berlebihan.

2. Pengaruh Situasi Ekonomi Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Laptop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu

Situasi Ekonomi (X2) diperoleh nilai $t_{hitung} 2,664 > t_{tabel} 1,988$ dan nilai signifikan (sig) $0,010 < \text{dari nilai } \alpha 0,05$. Artinya $0,557 > 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel situasi ekonomi (X2) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom B. Besaran pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y yaitu 19,3%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (mahasiswa) memandang situasi ekonomi sudah mampu secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Umi Amirtaningsih, yang menyatakan bahwa variabel kondisi ekonomi (situasi ekonomi) memberikan pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang pembantu Salatiga.⁷

Ekonomi adalah bagian dari tatanan Islam yang perspektif. Islam meletakkan ekonomi pada posisi tengah dan keseimbangan yang adil baik antara produksi dan konsumsi, antara produsen perantara dan konsumen dan antara golongan-golongan dalam masyarakat.⁸ Islam membawa manusia berlaku adil

⁷ Umi Amirtaningsih, *Pengaruh Keadaan Ekonomi*. 2016

⁸ Yusuf al-Qardawi, *Norma & Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta : Gema Insani, 1997), h. 55.

dan tidak melampaui batas. Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta manafkahnnya di jalan Allah. Selain itu, seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan haram, dan juga dilarang membelanjakan hartanya dalam hal-hal yang diharamkan. Dan juga tidak dibenarkan membelanjakan uang di jalan halal dengan melebihi batas kewajaran karena sikap boros bertentangan dengan paham *istikhla'* (harta hanya titipan dari Allah). Allah swt berfirman dalam Q.S Al-Isra'(17): 27

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Terjemahannya:

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.⁹

Dari ayat di atas dapat dipahami bahwa Allah melarang pemborosan dan mengabarkan bahwa sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan, karena setan tidak mengajak kecuali kepada setiap perangai yang tercela. Maka ia membujuk manusia untuk bersifat bakhil dan pelit. Apabila tidak berhasil, maka ia mengajaknya kearah pemborosan padahal Allah memerintahkan dan memuji sikap paling adil dan seimbang.¹⁰

⁹ Kementerian Agama. *Al-Qur'an*, h. 284

¹⁰ Abdurrahman, *Tafsir Al-Qur'an*. h. 243.

3. Pengaruh Gaya Hidup dan Situasi Ekonomi Secara Serempak terhadap Keputusan Pembelian Laptop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $78,42 > F_{tabel}$ 3,10 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel gaya hidup (X1) dan situasi ekonomi (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial variabel gaya hidup memiliki pengaruh signifikan dengan besaran pengaruh yaitu 70,8%.
2. Secara parsial variabel situasi ekonomi memiliki pengaruh signifikan dengan besaran pengaruh yaitu 19,3%.
3. Secara serempak atau simultan variabel gaya hidup (X1) dan situasi ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa (Y). Di mana besaran pengaruhnya sebesar 0,659 atau 65,9%, dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak perusahaan laptop tetap mempertahankan kualitas produknya. Karena di era globalisasi ini masyarakat membeli produk selain karna untuk kebutuhan akan kegunaannya, juga karena ingin tetap mengikuti jaman.
2. Pihak perusahaan laptop dalam menghasilkan produk laptop hendaknya melihat bagaimana situasi ekonomi masyarakat ketika akan meluncurkan

suatu produk baru, terkhusus ketika salah satu target penjualan adalah mahasiswa, sebaiknya menetapkan suatu harga yang sesuai dengan mahasiswa namun untuk kualitas dan kecanggihannya haruslah tetap dipertahankan.

3. Untuk peneliti selanjutnya, juga dapat memberikan alternatif tambahan lainnya yaitu menambah variabel penelitian agar penelitian lebih baik lagi karena berhubung ketiga variabel yang diajukan saat ini hanya mempengaruhi sebesar 65,1%, dan masih kurang 34,9% lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. *Tafsir Al-Qur'an (4) Surat: Ar-Ra'd – Al-Hajj*. Jakarta: Darul Haq, 2005.
- _____, *Tafsir Al-Qur'an (5) Surat: Al-Mu'minin – Saba'*. Jakarta: Darul Haq, 2005.
- Amirtaningsih, Umi. "Pengaruh Keadaan Ekonomi, Gaya Hidup, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Salatiga". Skripsi tidak diterbitkan (Salatiga : IAIN Salatiga, 2016).
- Danang, Sunyoto. *Praktik Riset Prilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan analisis Data)*. Jakarta: PT Buku Seru, 2014.
- Eriyanto. *Teknik Sampling Analisis Opini Pubil*. Yogyakarta: LKis, 2007.
- Gozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Ed ke-7, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Hamdi, Asep Saipul dan E Baharudidin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Cet ke-1, Yogyakarta : Deepulish, 2014.
- Hasan, Abdul Halim *Tafsir Al-Ahkam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Iskandar, Yogi. *Pengaruh Kesesuaian Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu* (Skripsi IAIN Palu).
- "IDC: Top 5 PC Companies Q2 2018". *Seluler.Id*, Agustus 2018. <https://seluler-id.cdn.ampproject.org/v/s/seluler.id/2018/08/idc-top-5-pdc-companies-q2-2018/amp/?> (diakses 25 Januari 2019).
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. *Metode Penelitian*, Cet.1, Bandung : PT. Rafika Adiatama, 2014.
- Istianto, Yudi. "Hubungan Islam dan Teknologi". *dakwahkis.blogspot.com*, 02 Mei 2016. <http://dakwahkis.blogspot.com/2016/05/hubungan-islam-dan-teknologi-islam.html?m=1> (diakses 24 Januari 2019).
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* , Jakarta: PT Gerafika, 2009.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Cet.XIII, Jakarta: Erlangga, 2009.

- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2007.
- Pak Akbar, KASUBAG Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, “Wawancara” (20 Juli 2019, KASUBAG Umum FEBI”
- Pandong, Melisa dan Maria V.J.Tielung, “Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado”. Skripsi tidak diterbitkan (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2016).
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2018 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Palu
- Perkasa, Anugerah dan Eka Santhika, “Pasar Laptop Terus Mendominasi, Gerus Desktop dan Komersial”, *CNN Indonesia* 28 April 2018. <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20180427093102-185-294019/pasar-laptop-terus-mendominasi-gerus-desktop-dan-komersial> (diakses 25 Januari 2019).
- Qardawi, Yusuf. *Norma & Etika Ekonomi Islam*. Jakarta : Gema Insani, 1997.
- Riduan, Adnun Rusyana, dan Enas. *Cara Mudah Belajar SPSS 17,0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*. Cet III, Bandung: Alfabeta, 2013.
- _____, *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Penelitian Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Rika Rangkuti, “Pengaruh Situasi Ekonomi, Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”. Skripsi tidak diterbitkan (Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2017).
- Sakinah , *Pengaruh Bauran Pemasaran Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Telkomsel Pada Mahasiswa IAIN Palu*, Skripsi tidak diterbitkan (Palu: IAIN 2014).
- Sarjono. Haryadi dan Wilda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sejarah Singkat FSEI. *fsei.iainpalu.ac..* <http://fsei.iainpalu.ac.id/profil/sejarah-singkat-fsei/> (diakses 14 Juli 2019).
- Setiadi, J Nugraha. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2010.

- Shalih, Al-Allamah. *Tafsir Muyassar 1; Memahami Al-Qur'an dengan Terjemahan dan Penafsiran Paling Mudah*. Jakarta: Darul Haq, 2016.
- _____, Sofyan. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Ed. 1, Cet. 5, Jakarta : Rajawali Pers, 2016.
- _____, Syofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif (dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS)*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Somantri, Ating dan Sambas Ali Muhaidin. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2011.
- Soraya, Staf akma Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu pada 22 April 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- _____. *Statistik Untuk Penelitian*. Cet ke-XXII, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suma, Muhammad Amin. *Menggali AkarMengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Pub. 2008.
- Sunyoto Danang. *Praktik Riset Prilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan analisis Data)*. Jakarta: PT Buku Seru. 2014.
- Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta, UII Perss, 2005.
- Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 100/IN.13/KP.07.6/02/2019 Tentang Pengangkatan Dekan Institut Agama Islam Negeri Palu
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar*. Purwokerto: Alfabeta, 2011.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2000.

LAMPIRAN I

KUESIONER

ANGKET

Perihal : Permohonan Pengisian angket

Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.
Saudara/i
Di tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Saudara/i, dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada Jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.

Dengan ini saya, sebagai peneliti:

Nama : Ulfi Ika Agustina
Nim : 153120016
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Sedang melakukan penelitian dengan judul :

“PENGARUH GAYA HIDUP DAN SITUASI EKONOMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM”

Untuk membantu penelitian ini, peneliti memohon dengan hormat kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Peran serta Saudara/i akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan data yang kami butuhkan dalam penyusunan penelitian ini. Adapun data-data ini semata-mata untuk penelitian, kami akan menjaga kerahasiaan data yang kami peroleh.

Atas bantuan Saudar/i dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner ini di ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Hormat saya,
penulis

ULFI IKA AGUSTINA
NIM:15 3 12 0016

KUESIONER PENELITIAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. No. Responden :(diisi oleh peneliti)
2. Nama :
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki/ Perempuan
4. Fakultas/ Jurusan :
5. Semester :

B. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Dimohon untuk membaca angket ini dengan teliti, supaya mahasiswa/i mengerti maksud pertanyaan
2. Pilihlah salah satu jawaban yang dianggap sesuai dari beberapa pilihan jawaban, dengan cara memberi tanda *chek list* dan setiap pertanyaan hanya memiliki satu pilihan jawaban.
3. Alternative jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:
STS = Sangat Tidak Setuju
TS = Tidak Setuju
KS = Kurang Setuju
S = Setuju
SS = Sangat Setuju
4. Bila terdapat pertanyaan yang kurang dimengerti bias ditanyakan langsung kepada peneliti
5. Kumpulkan jawaban secara langsung kepada peneliti.

I. Pernyataan seputar Gaya Hidup (X1) produk Laptop

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Laptop sangat mendukung aktifitas saya.					
2	Saya berminat untuk menggunakan laptop					
3	Laptop adalah barang elektronik yang membuat saya menjadi lebih menarik dan mengikuti perkembangan zaman.					
4	Laptop sudah menjadi tradisi di lingkungan saya.					

II. Pernyataan seputar Situasi Ekonomi (X2) Produk Laptop

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Keadaan ekonomi saya cukup memadai untuk memiliki laptop					
2	Keadaan ekonomi saya hanya bergantung pada orang tua/keluarga/orang lain untuk memiliki laptop					
3	Saya memiliki tabungan untuk membeli laptop.					
4	Saya mendapatkan pinjaman untuk membeli laptop					

III. Pernyataan Keputusan Pembelian (Y) Produk Laptop

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Laptop adalah kebutuhan hidup saya.					
2	Saya mencari dan mengetahui produk laptop dari teman-teman, sahabat, keluarga dan lingkungan.					
3	Saya melakukan evaluasi untuk menilai dengan memilih beberapa produk sebelum memutuskan pembelian.					
4	Saya memutuskan untuk pembelian laptop					

LAMPIRAN II
TABULASI KUISIONER

LAMPIRAN II
TABULASI KUESIONER
HARGA (X)

NO RESP	NOMOR PERTANYAAN							JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	2	4	4	3	2	2	22
2	4	4	4	5	4	4	5	30
3	4	1	4	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	5	4	5	5	4	4	4	31
7	4	3	4	4	4	4	4	27
8	4	1	4	3	4	4	4	24
9	5	4	5	4	4	4	5	31
10	4	3	4	5	3	4	4	27
11	4	4	4	4	5	4	5	30
12	4	2	4	4	4	3	4	25
13	3	2	3	3	3	3	4	21
14	4	2	5	4	5	5	5	30
15	3	2	5	2	4	4	4	24
16	4	3	5	4	4	4	5	29
17	4	3	5	4	4	4	5	29
18	5	4	5	4	4	4	5	31
19	4	3	4	4	4	4	4	27
20	4	2	5	3	4	4	5	27
21	4	4	4	3	4	4	5	28
22	3	3	4	3	3	4	4	24
23	4	2	4	4	4	4	4	26
24	5	4	4	4	3	4	5	29
25	3	3	4	4	4	3	4	25
26	3	4	4	4	4	4	3	26
27	3	1	4	3	4	4	4	23
28	4	3	4	4	3	4	4	26
29	4	2	4	3	4	4	4	25
30	4	1	5	4	4	4	4	26
31	4	2	4	4	4	4	4	26
32	4	3	4	3	4	4	4	26
33	2	2	5	4	4	4	5	26
34	4	2	4	5	3	4	4	26
35	4	5	5	5	5	5	5	34
36	4	5	4	4	5	4	4	30
37	4	3	5	5	5	5	5	32
38	4	2	4	3	4	4	4	25
39	4	3	5	5	5	4	4	30

40	5	3	5	5	3	5	5	31
41	4	2	5	5	4	4	5	29
42	5	3	5	5	5	5	5	33
43	3	1	4	2	4	5	5	24
44	4	3	4	3	4	4	4	26
45	3	2	4	3	4	4	5	25
46	3	3	2	3	2	3	4	20
47	4	2	4	2	4	4	4	24
48	5	3	5	4	5	5	5	32
49	5	3	4	4	5	4	4	29
50	4	3	4	4	4	4	5	28
51	4	4	4	4	4	4	4	28
52	4	4	4	3	4	4	4	27
53	4	2	4	3	4	4	4	25
54	4	3	4	3	4	4	4	26
55	4	3	3	3	4	4	4	25
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	4	2	4	3	4	4	5	26
58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	5	4	5	4	5	5	5	33
60	3	3	4	4	5	5	5	29
61	4	3	4	4	4	4	4	27
62	5	5	5	5	5	5	5	35
63	4	4	5	3	5	5	5	31
64	4	2	4	4	4	4	4	26
65	4	3	5	3	4	5	5	29
66	4	2	5	4	4	4	5	28
67	4	2	4	4	4	5	5	28
68	4	3	5	4	4	4	5	29
69	4	2	4	4	4	4	4	26
70	4	2	4	4	4	4	2	24
71	4	3	5	3	5	5	5	30
72	4	2	4	4	4	4	4	26
73	4	2	5	4	4	4	5	28
74	4	2	5	4	4	5	5	29
75	4	2	5	2	4	4	4	25
76	4	4	4	3	4	4	5	28
77	4	3	4	5	3	4	5	28
78	5	3	5	3	4	4	5	29
79	4	3	4	4	4	4	5	28
80	5	3	4	4	4	5	5	30
81	4	3	5	4	4	4	3	27
82	4	4	5	4	5	4	5	31
83	4	4	5	5	5	4	4	31
84	4	3	4	5	4	4	5	29

85	4	3	4	3	4	4	5	27
86	4	3	4	4	5	5	5	30
87	2	4	5	4	4	5	5	29
88	4	3	5	4	5	5	5	31
89	4	5	5	5	4	4	5	32
90	4	4	5	4	4	5	4	30
91	4	2	4	5	4	4	3	26
92	4	4	5	5	4	3	3	28
93	4	2	4	4	4	4	4	26
94	4	4	4	5	4	4	4	29
95	4	2	4	4	4	4	4	26
Jumlah	380	278	413	369	388	394	417	2639

**TABULASI KUESIONER
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**

NO RESP	NOMOR PERTANYAAN				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	5	5	5	5	20
2	5	4	5	5	19
3	5	4	5	4	18
4	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	17
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	5	3	3	2	13
9	5	5	5	5	20
10	5	4	5	4	18
11	5	4	4	4	17
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	2	14
14	5	5	5	4	19
15	4	2	4	4	14
16	5	5	5	4	19
17	5	5	5	5	20
18	5	4	4	5	18
19	5	4	5	4	18
20	4	4	4	4	16
21	5	4	4	5	18
22	5	4	4	4	17
23	4	4	4	4	16
24	5	4	5	5	19
25	4	3	4	4	15
26	4	4	4	3	15

27	4	4	4	4	16
28	5	4	4	3	16
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20
31	5	4	5	5	19
32	4	4	4	4	16
33	4	5	5	5	19
34	4	4	5	5	18
35	4	4	4	5	17
36	4	4	4	5	17
37	4	5	4	4	17
38	4	4	3	4	15
39	5	4	4	4	17
40	4	4	5	5	18
41	4	4	5	5	18
42	5	5	4	5	19
43	4	5	4	4	17
44	4	4	3	4	15
45	5	4	5	4	18
46	2	4	4	3	13
47	4	4	4	4	16
48	5	5	4	5	19
49	5	5	4	4	18
50	5	5	5	4	19
51	5	4	3	4	16
52	5	5	5	5	20
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	5	20
55	3	5	4	5	17
56	5	5	5	5	20
57	5	4	3	4	16
58	5	4	4	4	17
59	5	5	5	5	20
60	5	5	5	5	20
61	5	3	5	4	17
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	4	4	4	4	16
65	5	5	4	4	18
66	5	5	4	4	18
67	5	4	2	4	15
68	5	4	5	4	18
69	4	4	4	4	16
70	5	4	4	4	17
71	5	5	5	5	20

72	5	5	5	5	20
73	5	2	4	2	13
74	5	3	4	5	17
75	5	4	5	2	16
76	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20
78	5	5	5	5	20
79	4	4	4	4	16
80	5	5	4	5	19
81	4	4	4	4	16
82	4	5	5	4	18
83	5	4	4	4	17
84	5	5	4	5	19
85	5	5	4	5	19
86	5	4	5	5	19
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	5	4	5	4	18
90	5	3	5	5	18
91	5	4	5	4	18
92	5	4	5	4	18
93	4	4	4	4	16
94	5	4	4	5	18
95	5	5	4	4	18
Jumlah	439	406	414	408	1667

LAMPIRAN III
UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

GAYA HIDUP (X1)

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	12,0476	4,456	,639	,698
P2	12,1310	4,260	,679	,676
P3	12,7262	4,081	,574	,728
P4	12,7381	4,413	,464	,788

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,777	4

SITUASI EKONOMI (X2)

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	10,2619	5,280	,551	,540
P2	10,0119	5,506	,323	,660
P3	10,7619	4,111	,574	,482
P4	11,8214	4,775	,359	,654

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,657	4

KEPUTUSAN PEMBEILIAN (Y)

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	13,2024	4,067	,652	,818
P2	13,1071	4,193	,719	,781
P3	12,9048	4,931	,595	,834
P4	12,8571	4,365	,766	,765

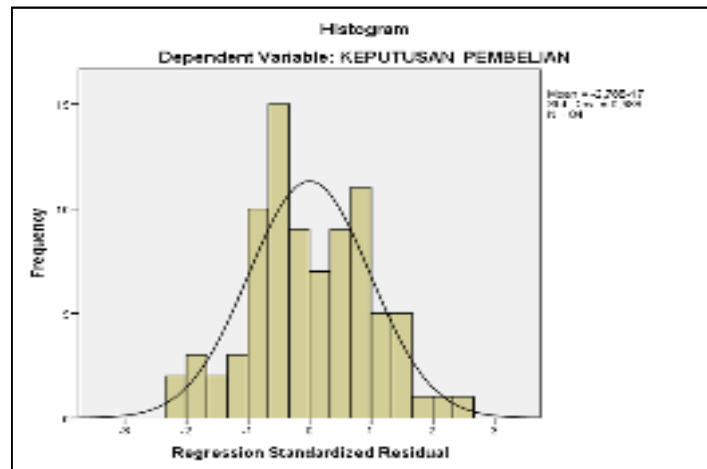
b. Uji Reliabelitas

Reliability Statistics

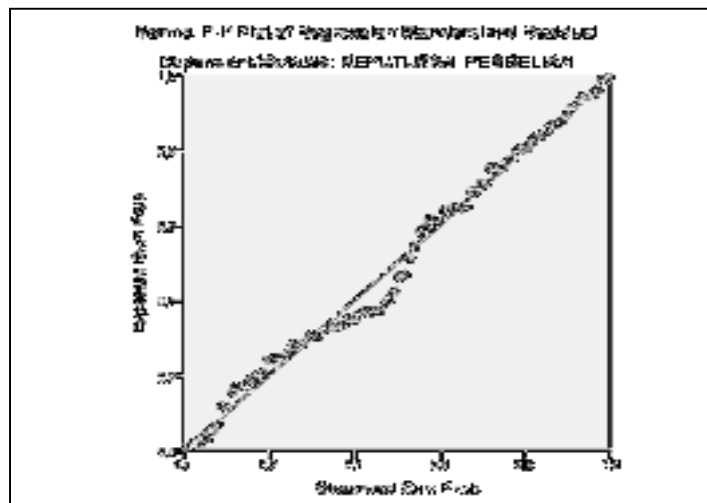
Cronbach's Alpha	N of Items
,842	4

LAMPIRAN IV
UJI ASUMSI KLASIK

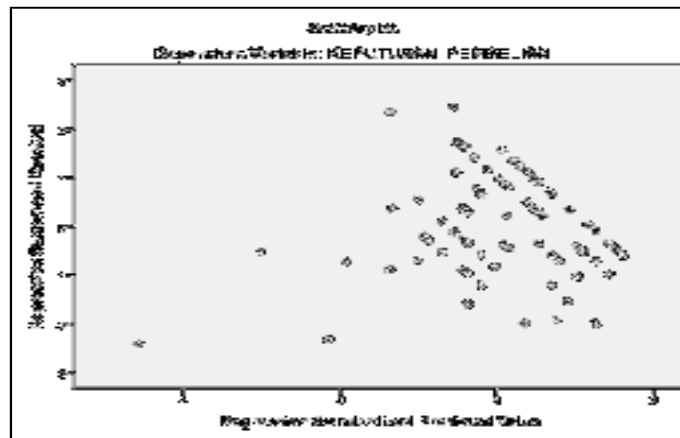
Histogram



Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas



Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas



Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Toleranc e	VIF
(Constant)		
1 GAYA HIDUP	0,747	1,338
SITUASI EKONOMI	0,747	1,338

LAMPIRAN V
UJI REGRESI BERGANDA

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,883	1,181		2,442	,017		
1 GAYA HIDUP	,708	,077	,694	9,252	,000	,747	1,338
SITUASI EKONOMI	,193	,073	,198	2,644	,010	,747	1,338

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

LAMPIRAN VI
UJI HIPOTESIS

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	405,746	2	202,873	78,423	,000 ^b
Residual	209,540	81	2,587		
Total	615,286	83			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Situasi Ekonomi

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constanta)	2,883	1,181		2,442	,017		
1 GAYA HIDUP	,708	,077	,694	9,252	,000	,747	1,338
SITUASI EKONOMI	,193	,073	,198	2,644	,010	,747	1,338

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN VII
LEMBAR PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU
FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM
Jl. Diponegoro No. 23 Telp. 0451-460798 Fax. 0451460165 Palu 94221
email: humas@iainpalu.ac.id - website: www.iainpalu.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Ulfy Ika Agustina NIM : 153120016...
TTL : Tikupon, 06-08-1998 Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Ekonomi Syariah Semester : VII (Tujuh)
Alamat : Jl. Poso Raya HP : 0812 2239 0874

Judul :

o Judul I

Pengaruh Gaya Hidup Dan Situasi Ekonomi Terhadap
keputusan pembelian ^{LAPTOP} Smartphone Android Pada
Mahasiswa IAIN Palu

o Judul II

Pengaruh Berbagai Variabel terhadap keputusan
Mahasiswa memilih IAIN Palu

o Judul III

Pengaruh Berbagai Variabel Terhadap keputusan
Pembelian Laptop Pada Mahasiswa IAIN Palu

Palu, 28 Desember 2018
Mahasiswa,

Ulfy

ULFY Ika Agustina
NIM 153120016

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Judul Disetujui untuk penulisan proposal skripsi

Pembimbing I : Dr. H. Salyan Bachrud, S.Pd, M.Pd.

Pembimbing II : Hrs Susanto, Ce. M. Pd.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Dan Pengembangan Kelembagaan,

[Signature]
Dr. Gani Jumat, S.Ag, M.Ag.
NIP. 19671017 199803 1 001

Ketua Jurusan,

[Signature]
Dr. Siti Musyahidah, M.Th.I
NIP. 196707101999032005

LAMPIRAN VIII
SURAT KETERANGAN PEMBIMBING

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
NOMOR: 196 TAHUN 2019
TENTANG
PENGUJI KOMPREHENSIF FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
TAHUN AKADEMIK 2018/2019
DEKAN FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan ujian komprehensif Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, dipandang perlu menerbitkan keputusan pengangkatan pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu tahun akademik 2018/2019, sebagaimana tersebut dalam daftar lampiran keputusan ini.
- b. Bahwa yang tersebut namanya dalam lampiran keputusan ini dipandang memenuhi syarat untuk diangkat sebagai penguji komprehensif Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu tahun akademik 2018/2019.

- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 Tentang Standar Pendidikan Nasional;
4. Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2013 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palu Menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palu;
6. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 47 Tahun 2015 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU TENTANG PENGUJI KOMPREHENSIF EKONOMI & BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU TAHUN AKADEMIK 2018/2019.

- KESATU : Menetapkan Mata Kuliah dan Penguji Komprehensif Menunjuk saudara masing-masing sebagai penguji komprehensif bagi mahasiswa :

Nama	: Ulfi Ika Agustina
NIM	: 15.3.12.0016
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Semester	: VIII
Tempat/Tgl Lahir	: Tikopon, 06 Agustus 1998
Judul Skripsi	: Pengaruh Gaya Hidup dan Situasi Ekonomi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa FEBI IAIN PALU

- KEDUA : Penguji tersebut bertugas melaksanakan ujian komprehensif dan melaporkan hasilnya kepada Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam.

- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat penetapan keputusan ini, dibebankan pada dana DIPA Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. Tahun Anggaran . Dengan rincian : penguji komprehensif. Rp. 50.000 / mahasiswa.

- KEEMPAT : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah seluruh rangkaian kegiatan ujian komprehensif telah dilaksanakan.

KELIMA

: Segala sesuatu akan dirubah* dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Ditetapkan di : Palu

Pada Tanggal :

Dekan



DR. H. CHILAL MALARANGAN, M.H.I.
NIP. 196505051999031002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Palu;
2. Kepala KPPN Palu;
3. Bendahara IAIN Palu.

LAMPIRAN IX
SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU

الجامعة الإسلامية الحكومية فالو

STATE INSTITUTE FOR ISLAMIC STUDIES PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 1000 / In.13 / F.IV / PP.00.9 / 08 / 2019
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 13 Juli 2019

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Ulfi Ika Agustina
NIM : 15.3.12.0016
TTL : Tikupon, 06 Agustus 1998
Semester : VIII
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Labu No. 33

Bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :
"Pengaruh Gaya Hidup dan Situasi Ekonomi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu"

Dosen Pembimbing :

1. Dr. H. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M.
2. Heru Susanto, Lc., M.H.I.

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat

Diberikan izin untuk mengadakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat ini, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Dekan,

Dr. H. Hidar Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

LAMPIRAN X
DOKUMENTASI

Proses Pembagian Kuesioner

