

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Obyek Penelitian

1. Kondisi Geografis

Berdasarkan letak geografis wilayah, Desa Undaan Lor berada di sebelah selatan ibu Kota Kabupaten Kudus. Desa Undaan Lor merupakan salah satu Desa di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus, dengan jarak tempuh ke Ibu kota Kecamatan 3 Km, dan ke Ibu Kota Kabupaten 9 Km, dan dapat ditempuh dengan kendaraan \pm 30 menit. Desa ini berbatasan dengan Desa Wates Kecamatan Undaan di sebelah utara, di sebelah timur berbatasan dengan Desa Larikrejo Kecamatan Undaan, di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Undaan Tengah Kecamatan Undaan dan di sebelah barat berbatasan dengan Undaan Lor Kecamatan Karanganyar. Luas wilayah daratan Desa Undaan Lor adalah 587 Ha. Luas lahan yang ada terbagi dalam beberapa peruntukan, dapat dikelompokkan seperti untuk fasilitas umum, pemukiman, pertanian, kegiatan ekonomi dan lain-lain.

Secara administratif wilayah Desa Undaan Lor terdapat 32 gang yang terdiri dari 32 RT dan 5 RW, yang paling banyak di antara desa-desa di Kecamatan Undaan.

2. Demografi

Berdasarkan data Administratif Pemerintah Desa, jumlah penduduk yang tercatat secara administrasi, berjumlah 8.159 jiwa. Dengan rincian penduduk berjenis kelamin laki-laki berjumlah 4.092 jiwa, sedangkan berjenis kelamin perempuan berjumlah 4.067 jiwa. Secara rinci dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin
Desa Undaan Lor Tahun 2015

Jumlah Laki-laki	4.092 orang
Jumlah Perempuan	4.067 orang
Jumlah Total	8.159 orang
Jumlah Kepala Keluarga	2.356
Kepadatan Penduduk	13,8 per km

Sumber: Profil Desa

Seperti terlihat dalam tabel di atas, menunjukkan proporsi penduduk tercatat jumlah total penduduk Desa Undaan Lor sebanyak 8.159 Jiwa, terdiri dari laki-laki 4.092 jiwa atau 50% dan perempuan 4.067 jiwa atau 50% dari total jumlah penduduk yang tercatat. Jumlah kepala keluarga sebanyak 2.356 dan kepadatan penduduk berjumlah 13,8 per km.

Agar dapat mendeskripsikan lebih lengkap tentang informasi keadaan kependudukan di Desa Undaan Lor dilakukan identifikasi jumlah penduduk dengan menitik beratkan pada klasifikasi usia dan jenis kelamin. Sehingga akan diperoleh gambaran tentang kependudukan Desa Undaan Lor yang lebih komprehensif. Untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan deskripsi tentang jumlah penduduk di Desa Undaan Lor berdasarkan pada usia dan jenis kelamin secara detail dapat dilihat dalam lampiran tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Jumlah penduduk berdasarkan struktur usia tahun 2015

Usia	Laki-laki	Perempuan
0-4	270	225
5-9	343	337
10-14	309	332
15-19	365	357

20-24	367	381
25-29	368	299
30-34	359	337
35-39	314	311
40-44	272	312
45-49	307	308
50-54	266	280
55-59	240	202
60-64	120	100
65-69	85	73
70-74	67	122
75 ke atas	48	99
Total	4.092	4.067

Sumber: Profil desa

3. Pendidikan

Pendidikan adalah satu hal penting dalam memajukan tingkat kesejahteraan masyarakat pada umumnya dan tingkat perekonomian pada khususnya, dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka akan mendongkrak tingkat kecakapan. Tingkat kecakapan juga akan mendorong tumbuhnya ketrampilan kewirausahaan, dan pada gilirannya mendorong munculnya lapangan pekerjaan baru. Dengan sendirinya akan membantu program pemerintah untuk pembukaan lapangan kerja baru guna mengatasi pengangguran. Pendidikan biasanya akan dapat mempertajam sistematika pikir atau pola pikir individu, selain itu mudah menerima informasi yang lebih maju.

Dalam rangka memajukan pendidikan, Desa Undaan Lor akan secara bertahap perencanaan dan menganggarkan bidang pendidikan baik melalui ADD. Swadaya masyarakat dan sumber-sumber dana yang sah lainnya, guna mendukung program pemerintah yang termuat dalam RPHM Daerah Kabupaten Kudus.

Untuk melihat taraf/tingkat pendidikan penduduk desa dan jumlah sekolah dan siswa menurut jenjang pendidikan, dapat dilihat di tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Laki-laki	Perempuan
Usia 3-6 tahun yang belum masuk Tk	17	12
Usia 3-6 tahun yang sedang TK/PG	118	133
Usia 7-18 tahun yang tidak pernah sekolah	2	4
Usia 7-18 tahun yang sedang sekolah	604	643
Usia 18-56 tahun yang tidak pernah sekolah	17	15
Usia 18-56 tahun pernah SD tetapi tidak tamat	24	35
Tamat SD / sederajat	1491	1645
Jumlah usia 12-56 tahun tudak tamat SLTP	8	8
Jumlah usia 18-56 tahun tidak tamat SLTA	-	-
Tamat SMP / sederajat	1.720	1.734
Tamat SMA / sederajat	534	491
Tamat D-1 / sederajat	-	-
Tamat D-2 / sederajat	10	12
Tamat D-3 / sederajat	36	39
Tamat S-1 / sederajat	61	69
Tamat S-2 / sederajat	2	-
Tamat S-3 / sederajat	-	-
Tamat SLB A	3	-

Sumber: Data Dokumen Desa

Tabel 4.4
Jumlah sekolah dan siswa menurut jenjang pendidikan

Nama	Jml	Status	Jml Tenaga Kerja	Jml siswa/mahasiswa
PAUD	2	Terdaftar	6	41
TK	1	Terakreditasi	5	42
SD/ sederajat	2	Terakreditasi	27	303
SMA/ sederajat	1	Terakreditasi	30	122
PKBM	1	-	12	77
RA	1	Terakreditasi	5	82
Ibtidaiyyah	1	Terakreditasi	19	332
Tsanawiyah	1	Terakreditasi	28	278
Aliyyah	1	Terakreditasi	21	104

Sumber: Data Dokumen Desa

Permasalahan pendidikan secara umum antara lain masih rendahnya kualitas pendidikan, rendahnya tingkat partisipasi masyarakat dalam pendidikan, terbatasnya sarana dan prasarana pendidikan, rendahnya kualitas tenaga pengajar.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Identitas Responden

Deskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskripsi penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket terbuka dan tertutup.

Kuesionernya diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden

yang merupakan remaja putri di Desa Undaan Lor. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden, hal ini bertujuan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Dengan mengambil sampel sebanyak 62 responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3 jenis, yaitu:

a. Usia

Adapun data mengenai usia responden remaja putri di Desa Undaan Lor dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

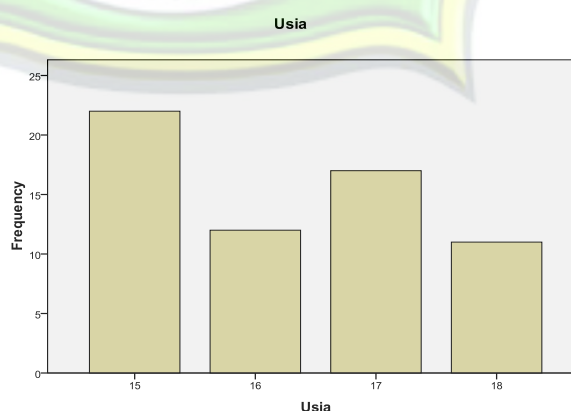
Tabel 4.5

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15	22	35.5	35.5	35.5
16	12	19.4	19.4	54.8
17	17	27.4	27.4	82.3
18	11	17.7	17.7	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.1



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa dari 62 responden yang berusia 15 tahun sebanyak 22 remaja putri (35,5%), kemudian yang berusia 16 tahun sebanyak 12 remaja putri (19,4%), kemudian yang berusia 17 tahun sebanyak 17 remaja putri (27,4%), dan yang berusia 18 tahun sebanyak 11 remaja putri (17,7%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden remaja putri di Desa Undaan Lor adalah 15 tahun.

b. Pendidikan

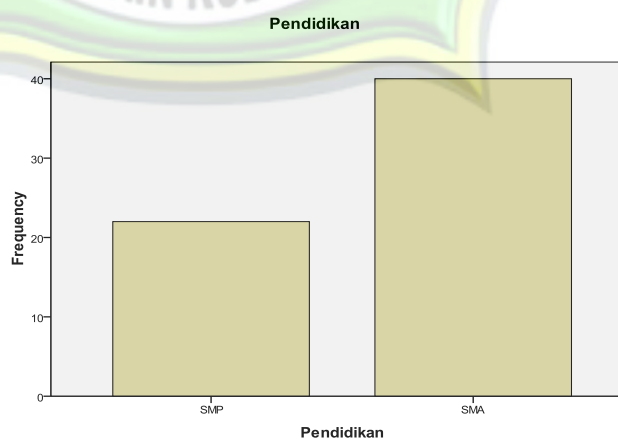
Adapun data mengenai latar belakang pendidikan responden remaja putri di Desa Undaan Lor dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Pendidikan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	22	35.5	35.5	35.5
	SMA	40	64.5	64.5	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.2



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa dari 62 responden yang mempunyai latar belakang pendidikan SMP sebanyak 22 remaja putri (35,5%), dan yang mempunyai latar belakang SMA sebanyak 40 remaja putri (64,5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan responden remaja putrid di Desa Undaan Lor adalah SMA (Sekolah Menengah Atas).

c. Frekuensi Membeli Jilbab Rabbani

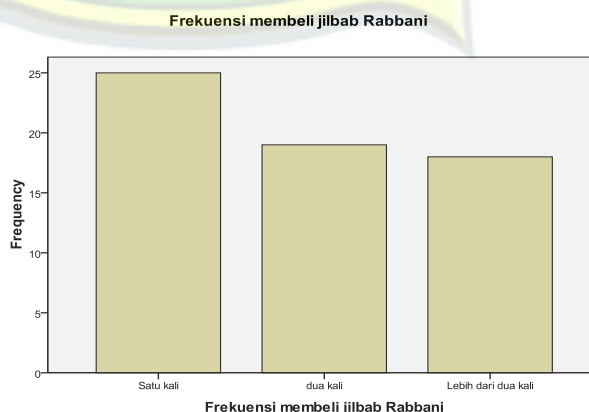
Adapun data mengenai seberapa banyak remaja putri di Desa Undaan Lor dalam membeli jilbab Rabbani dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Frekuensi membeli jilbab Rabbani

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Satu kali	25	40.3	40.3	40.3
dua kali	19	30.6	30.6	71.0
Lebih dari dua kali	18	29.0	29.0	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.3



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa dari 62 responden yang membeli jilbab Rabbani satu kali sebanyak 25 remaja putri (40,3%), yang membeli jilbab Rabbani dua kali sebanyak 19 remaja putri (30,6%), dan yang membeli jilbab Rabbani lebih dari dua kali sebanyak 18 remaja putri (29%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden remaja putri di Desa Undaan Lor adalah membeli satu kali.

2. Deskripsi Angket

a. Variabel Gaya Hidup

Gaya hidup 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 disekitarnya (pendapat). Pada variabel gaya hidup terdiri dari 27 (dua puluh tujuh) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel gaya hidup dapat dijelaskan sebagai berikut:¹

- 1) Pada item gaya hidup pertama, 32.3% responden menyatakan setuju bahwa mereka selalu memakai jilbab Rabbani dalam aktivitas sehari-hari, sedangkan 24.2% menyatakan netral, 22.6% menyatakan tidak setuju, 19.4% menyatakan sangat setuju, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Pada item gaya hidup kedua, 38.7% responden menyatakan netral bahwa berjilbab merupakan kegiatan yang mereka sukai, sedangkan 24.2% menyatakan setuju, 17.7% menyatakan tidak setuju, 14.5% menyatakan sangat setuju, dan 4.8% menyatakan sangat tidak setuju.
- 3) Pada item gaya hidup ketiga, 33.9% responden menyatakan tidak setuju bahwa jilbab Rabbani menghalangi dalam kegiatan

¹ Untuk lebih jelas lihat dilampiran

sosial mereka, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 21.0% menyatakan sangat tidak setuju, 11.3% menyatakan setuju, dan 3.2% menyatakan sangat setuju.

- 4) Pada item gaya hidup keempat, 37.1% responden menyatakan setuju bahwa ketika berlibur mereka selalu memakai jilbab Rabbani, sedangkan 22.6% menyatakan netral, 19.4% menyatakan tidak setuju, 14.5% menyatakan sangat setuju, dan 6.5% menyatakan sangat tidak setuju.
- 5) Pada item gaya hidup kelima, 32.3% responden menyatakan setuju bahwa mereka selalu memakai jilbab Rabbani saat kegiatan hiburan, sedangkan 32.3% menyatakan netral, 22.6% menyatakan tidak setuju, dan 12.9% menyatakan sangat setuju.
- 6) Pada item gaya hidup keenam, 33.9% responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka berjilbab saat kegiatan klub, sedangkan 22.6% menyatakan sangat tidak setuju, 19.4% menyatakan netral, 16.1% menyatakan setuju, dan 8.1% menyatakan sangat setuju.
- 7) Pada item gaya hidup ketujuh, 54.8% responden menyatakan tidak setuju bahwa komunitas yang mereka ikuti melarang untuk berjilbab, sedangkan 22.6% menyatakan sangat tidak setuju, 11.3% menyatakan setuju, 9.7% menyatakan netral, dan 1.6% menyatakan sangat setuju.
- 8) Pada item gaya hidup kedelapan, 50.0% responden menyatakan setuju bahwa ketika melakukan kegiatan berbelanja mereka selalu berjilbab, sedangkan 33.9% menyatakan sangat setuju, 9.7% menyatakan netral, 3.2% menyatakan tidak setuju, dan 3.2% menyatakan sangat tidak setuju.
- 9) Pada item gaya hidup kesembilan, 45.2% responden menyatakan setuju bahwa ketika melakukan kegiatan berbelanja mereka selalu berjilbab, sedangkan 29.0% menyatakan sangat setuju,

- 12.9% menyatakan tidak setuju, 11.3% menyatakan netral, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.
- 10) Pada item gaya hidup kesepuluh, 38.7% responden menyatakan netral bahwa keluarga mereka memiliki ketertarikan khusus terhadap jilbab Rabbani, sedangkan 24.2% menyatakan setuju, 17.7% menyatakan tidak setuju, 14.5% menyatakan sangat setuju, dan 4.8% menyatakan sangat tidak setuju.
- 11) Pada item gaya hidup kesebelas, 35.5% responden menyatakan setuju bahwa mereka tertarik memakai jilbab di rumah maupun di luar rumah, sedangkan 33.9% menyatakan sangat setuju, 24.2% menyatakan netral, 4.8% menyatakan sangat tidak setuju, dan 1.6% menyatakan tidak setuju.
- 12) Pada item gaya hidup kedua belas, 33.9% responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka tidak tertarik memakai jilbab saat bekerja, sedangkan 22.6% menyatakan sangat tidak setuju, 19.4% menyatakan netral, 16.1% menyatakan setuju, dan 8.1% menyatakan sangat setuju.
- 13) Pada item gaya hidup ketiga belas, 37.1% responden menyatakan setuju bahwa mereka tertarik memakai jilbab Rabbani dalam bergaul di masyarakat, sedangkan 24.2% menyatakan sangat setuju, 24.2% menyatakan netral, 8.1% menyatakan tidak setuju, dan 6.5% menyatakan sangat tidak setuju.
- 14) Pada item gaya hidup keempat belas, 35.5% responden menyatakan netral bahwa mereka tidak tertarik memakai jilbab Rabbani dalam kegiatan rekreasi, sedangkan 29.0% menyatakan tidak setuju, 19.4% menyatakan sangat tidak setuju, 12.9% menyatakan setuju, dan 3.2% menyatakan sangat setuju.
- 15) Pada item gaya hidup kelima belas, 45.2% responden menyatakan setuju bahwa mereka tertarik dengan perkembangan fashion saat ini, sedangkan 29.0% menyatakan sangat setuju,

12.9% menyatakan tidak setuju, 11.3% menyatakan netral, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.

- 16) Pada item gaya hidup keenam belas, 25.8% responden menyatakan setuju bahwa mereka tertarik membeli jilbab Rabbani dari pada makanan, sedangkan 24.2% menyatakan tidak setuju, 21.0% menyatakan netral, 14.5% menyatakan sangat setuju, dan 14.5 % menyatakan sangat tidak setuju.
- 17) Pada item gaya hidup ketujuh belas, 35.5% responden menyatakan netral bahwa mereka membeli jilbab Rabbani yang mereka sukai karena iklan di media yang menarik, sedangkan 21.0% menyatakan setuju, 19.4% menyatakan tidak setuju, 17.7% menyatakan sangat setuju, dan 6.5% menyatakan sangat tidak setuju.
- 18) Pada item gaya hidup kedelapan belas, 32.3% responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka kurang tertarik membeli jilbab Rabbani karena dapat mengganggu prestasi, sedangkan 24.2% menyatakan netral, 24.2% menyatakan setuju, dan 14.5% menyatakan sangat setuju, dan 4.8% menyatakan sangat tidak setuju.
- 19) Pada item gaya hidup kesembilan belas, 27.4% responden menyatakan setuju bahwa menurut mereka jilbab Rabbani akan meningkatkan kepercayaan diri mereka, sedangkan 25.8% menyatakan netral, 21.0% menyatakan sangat setuju, 21.0% menyatakan tidak setuju, dan 4.8% menyatakan sangat tidak setuju.
- 20) Pada item gaya hidup kedua puluh, 35.5% responden menyatakan netral bahwa menurut mereka jilbab Rabbani akan menurunkan pergaulan dalam hubungan sosial di masyarakat, sedangkan 27.4% menyatakan tidak setuju, 16.1% menyatakan setuju, 12.9% menyatakan sangat tidak setuju, dan 8.1% menyatakan sangat setuju.

- 21) Pada item gaya hidup kedua puluh satu, 24.2% responden menyatakan tidak setuju bahwa menurut mereka jilbab Rabbani dapat mempengaruhi keadaan politik, sedangkan 22.6% menyatakan setuju, 19.4% menyatakan netral, 17.7% menyatakan sangat tidak setuju, dan 16.1% menyatakan sangat setuju.
- 22) Pada item gaya hidup kedua puluh dua, 35.5% responden menyatakan netral bahwa mereka tertarik dengan bisnis jilbab rabbani, sedangkan 29.0% menyatakan setuju, 21.0% menyatakan tidak setuju, 9.7% menyatakan sangat setuju, dan 4.8% menyatakan sangat tidak setuju.
- 23) Pada item gaya hidup kedua puluh tiga, 43.5% responden menyatakan setuju bahwa menurut mereka jilbab Rabbani untuk ekonomi menengah ke atas, sedangkan 17.7% menyatakan sangat setuju, 16.1% menyatakan netral, 16.1% menyatakan tidak setuju, dan 6.5% menyatakan sangat tidak setuju.
- 24) Pada item gaya hidup kedua puluh empat, 38.7% responden menyatakan tidak setuju bahwa menurut mereka jilbab Rabbani dapat mendidik generasi muda untuk bermewah-mewahan, sedangkan 29.0% menyatakan sangat tidak setuju, 17.7% menyatakan netral, 9.7% menyatakan setuju, dan 4.8% menyatakan sangat setuju.
- 25) Pada item gaya hidup kedua puluh lima, 45.2% responden menyatakan tidak setuju bahwa menurut mereka jilbab Rabbani kualitas produknya buruk, sedangkan 22.6% menyatakan netral, 19.4% menyatakan sangat tidak setuju, 9.7% menyatakan setuju, dan 3.2% menyatakan sangat setuju.
- 26) Pada item gaya hidup kedua puluh enam, 38.7% responden menyatakan netral bahwa menurut mereka jilbab Rabbani dapat mempengaruhi masa depan mereka, sedangkan 24.2% menyatakan setuju, 22.6% menyatakan tidak setuju, 9.7%

menyatakan sangat setuju, dan 4.8% menyatakan sangat tidak setuju.

- 27) Pada item gaya hidup kedua puluh tujuh, 33.9% responden menyatakan setuju bahwa menurut mereka jilbab Rabbani merupakan budaya masyarakat saat ini, sedangkan 29.0% menyatakan netral, 22.6% menyatakan tidak setuju, 11.3% menyatakan sangat setuju, dan 3.2% menyatakan sangat tidak setuju.

b. Variabel Kepribadian

Kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari sistem psikofisis individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya secara unik. Pada variabel kepribadian terdiri dari 19 (Sembilan belas) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel kepribadian dapat dijelaskan sebagai berikut:²

- 1) Pada item kepribadian pertama, 41.9% responden menyatakan setuju bahwa mereka merasa senang saat membeli jilbab Rabbani, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 21.0% menyatakan sangat setuju, dan 6.5% menyatakan tidak setuju.
- 2) Pada item kepribadian kedua, 38.7% responden menyatakan setuju bahwa mereka tidak banyak bicara ketika membeli jilbab Rabbani, sedangkan 38.7% menyatakan netral, 14.5% menyatakan tidak setuju, dan 8.1% menyatakan sangat setuju.
- 3) Pada item kepribadian ketiga, 41.9% responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka merasa kurang tegas saat memutuskan membeli jilbab Rabbani, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 24.2% menyatakan sangat tidak setuju, dan 3.2% menyatakan setuju.
- 4) Pada item kepribadian keempat, 35.5% responden menyatakan sangat setuju bahwa berjilbab mencerminkan wanita yang baik

² Untuk lebih jelas lihat dilampiran

hati, sedangkan 33.9% menyatakan setuju, 27.4% menyatakan netral, dan 3.2% menyatakan tidak setuju.

- 5) Pada item kepribadian kelima, 38.7% responden menyatakan netral bahwa memakai jilbab Rabbani membuat mereka lebih cantik, sedangkan 29.0% menyatakan setuju, 24.2% menyatakan sangat setuju, dan 8.1% menyatakan tidak setuju.
- 6) Pada item kepribadian keenam, 38.7% responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka tidak percaya dengan kualitas jilbab Rabbani, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 24.2% menyatakan sangat tidak setuju, dan 6.5% menyatakan setuju.
- 7) Pada item kepribadian ketujuh, 46.8% responden menyatakan netral bahwa mereka bertanggung jawab atas pembelian jilbab Rabbani, sedangkan 35.5% menyatakan setuju, 9.7% menyatakan tidak setuju, dan 8.1% menyatakan sangat setuju.
- 8) Pada item kepribadian kedelapan, 40.3% responden menyatakan netral bahwa kualitas jilbab Rabbani tidak bisa diandalkan, sedangkan 38.7% menyatakan tidak setuju, 12.9% menyatakan setuju, dan 8.1% menyatakan sangat tidak setuju.
- 9) Pada item kepribadian kesembilan, 50.0% responden menyatakan setuju bahwa mereka tekun membeli jilbab Rabbani, sedangkan 27.4% menyatakan netral, 19.4% menyatakan sangat setuju, 3.2% menyatakan tidak setuju.
- 10) Pada item kepribadian kesepuluh, 38.7% responden menyatakan netral bahwa berjilbab Rabbani membuat mereka gagal berprestasi, sedangkan 24.2% menyatakan tidak setuju, 24.2% menyatakan sangat tidak setuju, dan 12.9% menyatakan setuju.
- 11) Pada item kepribadian kesebelas, 38.7% responden menyatakan setuju bahwa mereka merasa tenang membeli jilbab Rabbani, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 24.2% menyatakan sangat setuju, dan 6.5% menyatakan tidak setuju.

- 12) Pada item kepribadian kedua belas, 40.3% responden menyatakan setuju bahwa mereka bergairah membeli jilbab Rabbani, sedangkan 38.7% menyatakan netral, 12.9% menyatakan tidak setuju, dan 8.1% menyatakan sangat setuju.
- 13) Pada item kepribadian ketiga belas, 51.6% responden menyatakan tidak setuju bahwa jilbab Rabbani kualitasnya tidak terjamin, sedangkan 27.4% menyatakan netral, 19.4% menyatakan sangat tidak setuju, dan 1.6% menyatakan setuju.
- 14) Pada item kepribadian keempat belas, 51.6% responden menyatakan setuju bahwa mereka merasa nyaman saat membeli jilbab Rabbani, sedangkan 33.9% menyatakan netral, 9.7% menyatakan sangat setuju, dan 4.8% menyatakan tidak setuju.
- 15) Pada item kepribadian kelima belas, 48.4% responden menyatakan setuju bahwa wajah mereka terlihat murung saat membeli jilbab Rabbani, sedangkan 27.4% menyatakan netral, 22.6% menyatakan sangat setuju, dan 1.6% menyatakan tidak setuju.
- 16) Pada item kepribadian Keenam belas, 41.9% responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka merasa jilbab Rabbani mudah rusak, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 24.2% menyatakan sangat tidak setuju, dan 3.2% menyatakan setuju.
- 17) Pada item kepribadian ketujuh belas, 35.5% responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka berimajinasi membeli jilbab Rabbani, sedangkan 30.6% menyatakan setuju, 27.4% menyatakan netral, dan 6.5% menyatakan tidak setuju.
- 18) Pada item kepribadian kedelapan belas, 37.1% responden menyatakan setuju bahwa mereka merasa peka terhadap jilbab Rabbani, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 21.0% menyatakan sangat setuju, dan 11.3% menyatakan tidak setuju.
- 19) Pada item kepribadian kesembilan belas, 38.7% responden menyatakan netral bahwa mereka kurang pandai dalam membeli

jilbab Rabbani, sedangkan 37.1% menyatakan tidak setuju, 16.1% menyatakan setuju, dan 8.1% menyatakan sangat tidak setuju.

c. Variabel Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. Pada variabel keputusan pembelian terdiri dari 12 (dua belas) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:³

- 1) Pada item keputusan pembelian pertama, 37.1% responden menyatakan netral bahwa jilbab Rabbani menjadi kebutuhan mereka dalam berjilbab, sedangkan 27.4% menyatakan setuju, 19.4% menyatakan tidak setuju, 14.5% menyatakan sangat setuju, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Pada item keputusan pembelian kedua, 48.4% responden menyatakan setuju bahwa mereka mendapat informasi tentang jilbab Rabbani dari teman, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 16.1% menyatakan sangat setuju, dan 4.8% menyatakan tidak setuju.
- 3) Pada item keputusan pembelian ketiga, 41.9% responden menyatakan netral bahwa mereka mendapat informasi tentang jilbab rabbani dari iklan, sedangkan 29.0% menyatakan setuju, 14.5% menyatakan sangat setuju, 12.9% menyatakan tidak setuju, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.
- 4) Pada item keputusan pembelian keempat, 41.9% responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka membeli jilbab Rabbani tidak sebagai alternatif pilihan, sedangkan 32.3% menyatakan

³ Untuk lebih jelas lihat dilampiran

netral, 19.4% menyatakan sangat tidak setuju, 4.8% menyatakan setuju, dan 1.6% menyatakan sangat setuju.

- 5) Pada item keputusan pembelian kelima, 41.9% responden menyatakan setuju bahwa mereka membeli jilbab Rabbani karena memberikan banyak variasi yang mereka sukai, sedangkan 27.4% menyatakan netral, 22.6% menyatakan sangat setuju, dan 8.1% menyatakan tidak setuju.
- 6) Pada item keputusan pembelian keenam, 37.1% responden menyatakan tidak setuju bahwa jilbab rabbani modelnya sederhana tidak sesuai kebutuhan mereka, sedangkan 29.0% menyatakan netral, 22.6% menyatakan sangat tidak setuju, 6.5% menyatakan setuju, dan 4.8% menyatakan sangat setuju.
- 7) Pada item keputusan pembelian ketujuh, 40.3% responden menyatakan setuju bahwa mereka membeli jilbab Rabbani karena keinginan sendiri dan sesuai kebutuhan mereka, sedangkan 27.4% menyatakan sangat setuju, 27.4% menyatakan netral, 3.2% menyatakan tidak setuju, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.
- 8) Pada item keputusan pembelian kedelapan, 41.9% responden menyatakan setuju bahwa mereka ingin mencoba membeli jilbab Rabbani, sedangkan 29.0% menyatakan netral, 22.6% menyatakan sangat setuju, 4.8% menyatakan tidak setuju, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.
- 9) Pada item keputusan pembelian kesembilan, 43.5% responden menyatakan setuju bahwa mereka merasa mantap akan kualitas jilbab Rabbani, sedangkan 25.8% menyatakan netral, 24.2% menyatakan sangat setuju, dan 6.5% menyatakan tidak setuju.
- 10) Pada item keputusan pembelian kesepuluh, 37.1% responden menyatakan setuju bahwa mereka membeli jilbab Rabbani kembali karena kebutuhan, sedangkan 30.6% menyatakan netral,

22.6% menyatakan sangat setuju, 8.1% menyatakan tidak setuju, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.

11) Pada item keputusan pembelian kesebelas, 38.7% responden menyatakan setuju bahwa mereka puas setelah membeli jilbab Rabbani, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 24.2% menyatakan sangat setuju, dan 6.5% menyatakan tidak setuju.

12) Pada item keputusan pembelian kedua belas, 43.5% responden menyatakan setuju bahwa mereka merasa puas dengan jilbab Rabbani yang mereka beli dan akan melakukan pembelian ulang, sedangkan 30.6% menyatakan netral, 17.7% menyatakan sangat setuju, 6.5% menyatakan tidak setuju, dan 1.6% menyatakan sangat tidak setuju.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam melakukan pengukuran. Untuk mengetahui tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung $62-2$ atau $df = 60$ dengan $\alpha 0,05$ didapat $r_{tabel} 0.250$, Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pernyataan tersebut dikatakan valid.⁴ Adapun hasil pengujian validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2001, hlm. 135.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected item-total Correlation (r_{hitung})	r tabel	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	Q1	0,501	0,250	<i>Valid</i>
	Q2	0,588	0,250	<i>Valid</i>
	Q3	0,475	0,250	<i>Valid</i>
	Q4	0,527	0,250	<i>Valid</i>
	Q5	0,386	0,250	<i>Valid</i>
	Q6	0,451	0,250	<i>Valid</i>
	Q7	0,340	0,250	<i>Valid</i>
	Q8	0,276	0,250	<i>Valid</i>
	Q9	0,314	0,250	<i>Valid</i>
	Q10	0,588	0,250	<i>Valid</i>
	Q11	0,253	0,250	<i>Valid</i>
	Q12	0,451	0,250	<i>Valid</i>
	Q13	0,594	0,250	<i>Valid</i>
	Q14	0,536	0,250	<i>Valid</i>
	Q15	0,314	0,250	<i>Valid</i>
	Q16	0,515	0,250	<i>Valid</i>
	Q17	0,597	0,250	<i>Valid</i>
	Q18	0,425	0,250	<i>Valid</i>
	Q19	0,638	0,250	<i>Valid</i>
	Q20	0,522	0,250	<i>Valid</i>
	Q21	0,295	0,250	<i>Valid</i>
	Q22	0,427	0,250	<i>Valid</i>
	Q23	0,592	0,250	<i>Valid</i>
	Q24	0,393	0,250	<i>Valid</i>
	Q25	0,504	0,250	<i>Valid</i>
	Q26	0,433	0,250	<i>Valid</i>

	Q27	0,577	0,250	<i>Valid</i>
Kepribadian (X2)	Q1	0,450	0,250	<i>Valid</i>
	Q2	0,454	0,250	<i>Valid</i>
	Q3	0,584	0,250	<i>Valid</i>
	Q4	0,527	0,250	<i>Valid</i>
	Q5	0,597	0,250	<i>Valid</i>
	Q6	0,700	0,250	<i>Valid</i>
	Q7	0,533	0,250	<i>Valid</i>
	Q8	0,611	0,250	<i>Valid</i>
	Q9	0,445	0,250	<i>Valid</i>
	Q10	0,671	0,250	<i>Valid</i>
	Q11	0,700	0,250	<i>Valid</i>
	Q12	0,585	0,250	<i>Valid</i>
	Q13	0,435	0,250	<i>Valid</i>
	Q14	0,396	0,250	<i>Valid</i>
	Q15	0,460	0,250	<i>Valid</i>
	Q16	0,584	0,250	<i>Valid</i>
	Q17	0,555	0,250	<i>Valid</i>
	Q18	0,467	0,250	<i>Valid</i>
	Q19	0,622	0,250	<i>Valid</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Q1	0,562	0,250	<i>Valid</i>
	Q2	0,467	0,250	<i>Valid</i>
	Q3	0,398	0,250	<i>Valid</i>
	Q4	0,482	0,250	<i>Valid</i>
	Q5	0,522	0,250	<i>Valid</i>
	Q6	0,506	0,250	<i>Valid</i>
	Q7	0,493	0,250	<i>Valid</i>
	Q8	0,500	0,250	<i>Valid</i>
	Q9	0,608	0,250	<i>Valid</i>
	Q10	0,671	0,250	<i>Valid</i>

	Q11	0,713	0,250	<i>Valid</i>
	Q12	0,726	0,250	<i>Valid</i>

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya *degree of freedom* (df) = $n-k$ dapat dihitung $62-2$ atau $df = 28$ dengan α 0,05 didapat r_{tabel} 0,250 jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, pada tabel di atas dapat dilihat juga bahwa masing-masing *item* memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,250) dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu instrument dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Sebaliknya jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil (< 0,60), maka dikatakan tidak reliabel.⁵ Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reability Coefficients	Alpha	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	27 Item	0,895	<i>Reliabel</i>
Kepribadian (X2)	19 Item	0,904	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	12 Item	0,868	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2016

⁵ Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, hlm. 15.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Conbrach alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua variabel (X1, X2 dan Y) dapat dikatakan *reliabel*.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil perhitungan *coefficeient correlation* sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficient Correlations^a

Model		Kepribadian	Gaya Hidup
1	Correlations	Kepribadian	1.000
		Gaya Hidup	.038
	Covariances	Kepribadian	.006
		Gaya Hidup	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan matrik korelasi variabel gaya hidup dan kepribadian menunjukkan koefisien variabel relatif rendah. Korelasi tertinggi terjadi yaitu dengan tingkat korelasi sebesar 0,038 atau sekitar 3,8%, karena masih di bawah 95% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas yang serius.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.506	7.271		1.445	.154		
	Gaya Hidup	.281	.050	.585	5.607	.000	.999	1.001
	Kepribadian	.106	.075	.147	1.406	.165	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel gaya hidup dan kepribadian masing-masing sebesar 0,999 dan 0,999 dan VIF masing-masing 1,001 dan 1,001. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.598 ^a	.358	.336	5.741	1.332

a. Predictors: (Constant), Kepribadian, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2016

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1,332 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-hitung sebesar 1,332 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t tabel d-statistik. Dari tabel d-statistik Durbin Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai dl sebesar 1,5232 dan du sebesar 1,6561 karena hasil pengujiannya adalah $dl > dw < 4 - du$ ($1,5232 > 1,332 < 4 - 1,6561$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ada autokorelasi positif.

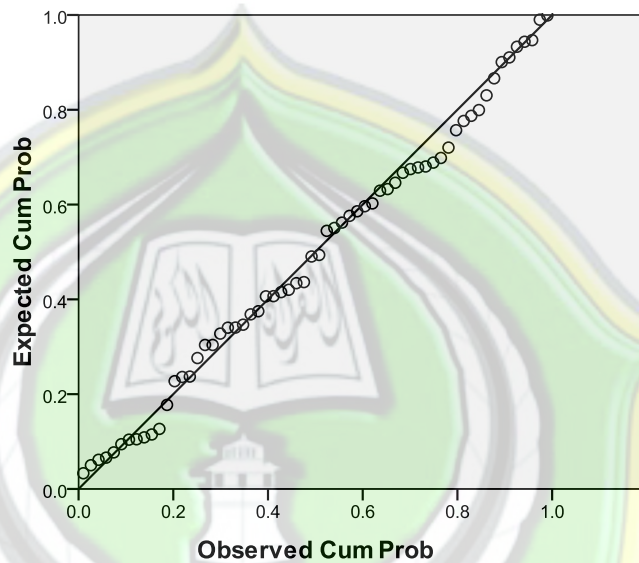
3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

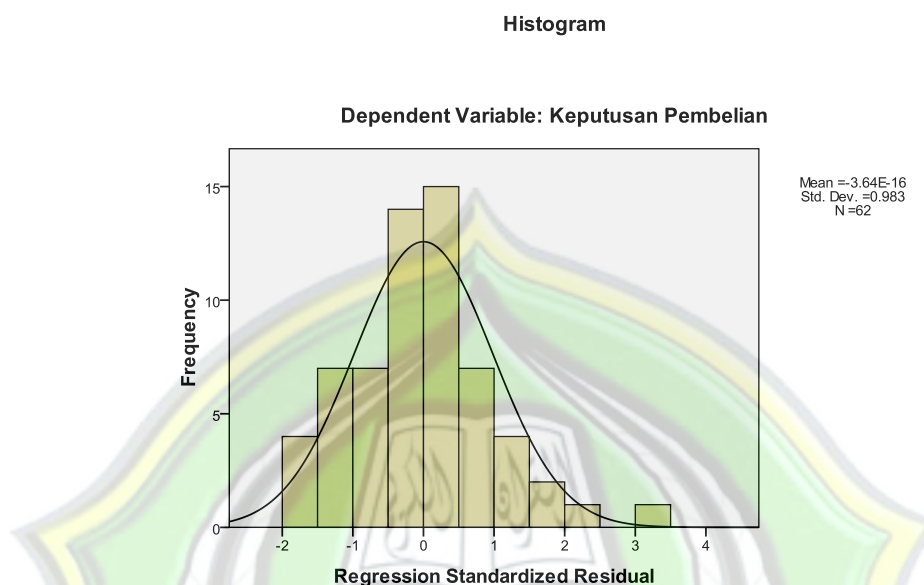
Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan gambar 4.1 *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

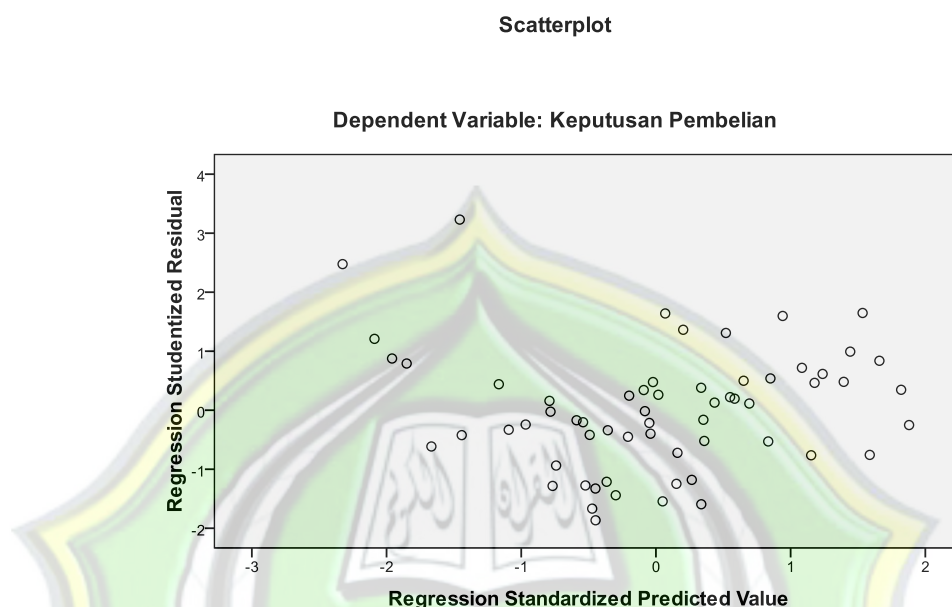
Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram pada gambar 4.2 residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *sactterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel gaya hidup dan kepribadian remaja terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani, maka dapat diketahui hasilnya pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.506	7.271		1.445	.154		
	Gaya Hidup	.281	.050	.585	5.607	.000	.999	1.001
	Kepribadian	.106	.075	.147	1.406	.165	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0.281$, $X_2 = 0.106$ dan konstanta sebesar 10.506 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 10.506 + 0.281X_1 + 0.106X_2$$

Di mana :

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

X_1 = Variabel independen (Gaya Hidup)

X_2 = Variabel independen (Kepribadian)

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- Konstanta sebesar 10.506 memberikan arti bahwa jika variabel gaya hidup (X_1) dan variabel kepribadian (X_2) nilainya adalah 0 maka keputusan pembelian (Y) nilainya adalah sebesar 10.506.
- Koefisien regresi variabel gaya hidup (X_1) sebesar 0.281 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan gaya hidup mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.281. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara gaya hidup dengan keputusan pembelian,

semakin meningkat gaya hidup maka semakin meningkat keputusan pembelian.

- c. Koefisien regresi variabel kepribadian (X_2) sebesar 0.106 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kepribadian mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.106. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepribadian dengan keputusan pembelian, semakin meningkat kepribadian maka semakin meningkat keputusan pembelian.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Uji signifikansi parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (62 - 2 - 1)$ dengan signifikansi 5% adalah 2,001. Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Analisis Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.506	7.271		1.445	.154		
	Gaya Hidup	.281	.050	.585	5.607	.000	.999	1.001
	Kepribadian	.106	.075	.147	1.406	.165	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

a. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian statistik gaya hidup terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 5,607 dengan nilai t_{tabel} 2,001 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,607 > 2,001$) maka H_0 ditolak artinya secara parsial gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab rabbani. T_{hitung} positif artinya gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani.

b. Pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian statistik kepribadian terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 1,406 dengan nilai t_{tabel} 2,001 ini berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,406 < 2,001$) maka H_0 diterima artinya secara parsial kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Tabel distribusi F dicari pada derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (62-2-1)$ dengan signifikansi 5% adalah 3,15. Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Analisis uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1082.984	2	541.492	16.432	.000 ^a
	Residual	1944.258	59	32.954		
	Total	3027.242	61			

a. Predictors: (Constant), Kepribadian, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Yang di olah, 2016

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 16.432 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($16.432 > 3,15$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya gaya hidup dan kepribadian secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.598 ^a	.358	.336	5.741	1.332

a. Predictors: (Constant), Kepribadian, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Yang di olah, 2016

Dari hasil tabel 4.10, dapat dilihat bahwa besarnya Adjusted R Square 0.336, hal ini berarti 33,6% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi kedua variabel independen, gaya hidup dan kepribadian dan sisanya ($100\% - 33,6\% = 66,4\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. *Standart Error of Estimate* (SEE) sebesar 5.741 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani

Variabel gaya hidup remaja (X_1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani yaitu sebesar 0.281. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.281. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($5,607 > 2,001$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis pertama H_a diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup remaja terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.281 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini

menunjukkan bahwa semakin baik gaya hidup maka keputusan pembelian akan meningkat. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agus Salim, yang menghasilkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini dikarenakan gaya hidup merupakan 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 disekitarnya (pendapat). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Vourtdacsbelina Virgine Fautngiljanan, Agus Supandi Soegoto, Yantje Uhing, yang menyimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Asuransi Prudential di Kota Manado, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

2. Pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani

Variabel kepribadian remaja (X_2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani yaitu sebesar 0.106. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan kepribadian akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.106. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($1.406 < 2,001$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga hipotesis kedua H_a ditolak, bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepribadian remaja terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.106 dengan nilai signifikan $0,165 > 0,05$ artinya kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hal ini dikarenakan kepribadian merupakan organisasi yang dinamis dari sistem psikophisis individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya secara unik. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Astri Dita Nuriani dan Seger Handoyo

yang menyimpulkan bahwa tipe kepribadian *Openness To Experience* memiliki hubungan dengan intensi pembelian secara *online*. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa tipe kepribadian *Extraversion*, *Conscientiousness*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan intensi pembelian secara *online*.

3. Pengaruh gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani

Berdasarkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 16,432 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,05. Karena $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (16,432 > 3,15) sehingga H_0 ditolak, artinya gaya hidup dan kepribadian secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani.

Dalam penelitian ini hasil regresi linier berganda (*linier multiple regression*) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang dinotasikan dengan Adjusted R Square besarnya 0.336 ini berarti variabel gaya hidup remaja (X_1) dan kepribadian remaja (X_2) yang diturunkan dalam model sebesar 33,6% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani (Y) 33,6%. Jadi sisanya sebesar 66,4% keputusan pembelian jilbab Rabbani dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berpengaruhnya gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan pembelian disebabkan kedua hal ini merupakan faktor penentu seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli. Gaya hidup merupakan 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 disekitarnya (pendapat). Setiap hari konsumen melakukan penilaian dan evaluasi terhadap berbagai pilihan produk yang akan mereka beli maupun yang sudah pernah mereka beli. Pada kenyataannya, dalam hidup ini manusia sering dihadapkan pada

berbagai pilihan guna memenuhi kebutuhannya. Pilihan-pilihan ini terpaksa dilakukan karena kebutuhan manusia tidak terbatas. Banyak faktor dan alasan yang menyebabkan manusia melakukan suatu pembelian. Gaya hidup dan kepribadian merupakan faktor yang cukup berpengaruh dalam keputusan seseorang untuk membeli sebuah produk

