

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah IAIN Kudus

Riwayat berdirinya IAIN Kudus tidak bisa meleakang dari asal usul berdirinya Perguruan Tinggi Islam Negeri di Indonesia. Selain menjadi lembaga pendidikan, eksistensi Institut Agama Islam Negeri tidak meleakang dari naik turunnya suatu perjuangan di negara Indonesia lebih-lebih pada aspek Dakwah Islamiyah.

Asal mula berdirinya STAIN Kudus yaitu mula-mula bernama IAIN Wali Songo Fakultas Ushuluddin, yang mana cabang dari kampus IAIN Wali Songo Semarang. Berdasarkan keputusan Menteri Agama Pada tanggal 6 April 1970, IAIN Walisongo yang ada di Kudus diresmikan. Tahun demi tahun perguruan tinggi Islam Fakultas Ushuluddin di Kudus sembari selalu menyelenggarakan kewajiban selaku lembaga pendidikan. Dengan segala cara dalam membuktikan agar tetap memperjuangkan adanya lembaga pendidikan tinggi negeri di Kota Kudus dan tidak menginduk dari Semarang, oleh karena itu pimpinan Fakultas Ushuluddin di Kota Kudus merekomendasikan kepada Menteri Agama melalui Rektor IAIN Walisongo Semarang hendaknya di Kudus mendirikan Perguruan Tinggi Negeri dengan struktur kelembagaan yang berbeda dengan Fakultas yaitu STAIN.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 dikeluarkan pada bulan Maret 1997 mengenai Pendirian STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri). Berlandaskan ketetapan dari presiden, maka Fakultas Ushuluddin IAIN Walisongo Semarang yang ada di kota Kudus berganti status serta berdiri sendiri menjadi STAIN Kudus.

Karena tuntutan regulasi dan animo masyarakat yang semakin besar, mulai tahun 2016 pimpinan STAIN Kudus mengajukan proposal pengalihan status/transformasi dari STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam) menjadi Institut. Selepas meniti prosesi yang sangat panjang, pada tahun 2018 melalui Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 7 April 2018 STAIN Kudus resmi menjadi IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Kudus. Terdapat 5 (lima) Fakultas di IAIN Kudus yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, serta Program Pascasarjana yang memiliki 3 Program Studi yaitu, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Studi Ekonomi Syariah dan Program Studi Ilmu Syariah.¹

b. Profil Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Program Studi Ekonomi Syariah IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Kudus dibuka pada 28 Juni 2002 dengan SK Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama ag RI No: Dj.II/ 181/ 2002. Sejak dibuka, Prodi ES menjadi salah satu Prodi di IAIN Kudus yang paling banyak peminatnya dan telah meluluskan ribuan mahasiswa yang menyebar di berbagai daerah di Indonesia khususnya daerah pantura timur Jawa Tengah. Dari tahun ke tahun program dari studi ini mengalami kemajuan yang cukup pesat dan akan selalu dikembangkan sesuai dengan tuntutan masyarakat yang semakin maju. Pengembangan ini meliputi fasilitas, kurikulum, dosen yang kompeten dan lingkungan yang kondusif sehingga menjadi Prodi yang unggul di bidangnya.

Visi program studi Ekonomi Syariah: “Menjadi program studi unggulan dalam menyelenggarakan pendidikan dan mengembangkan

¹ Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus 2019* (Kudus: IAIN Kudus, 2019), 14-15.

ekonomi syariah berbasis Islam terapan pada tingkat nasional tahun 2022”.² visi ini sejalan dan sekaligus merupakan jabaran dari visi IAIN Kudus sebagai salah satu Perguruan Tinggi Islam Negeri di Indonesia mempunyai visi: “Menjadi Perguruan Tinggi Islam unggul di bidang pengembangan Islam Terapan”.³

Konsentrasi Prodi ES adalah dalam bidang pendidikan, penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi. Tidak sama dengan prodi-prodi ekonomi di perguruan tinggi yang lain, Prodi ES mempunyai kekhususan di bidang kajian ekonomi yang berbasis pada ajaran Islam. Di samping itu ekonomi Islam yang dikembangkan berbasis Islam Terapan sehingga tidak hanya berkuat pada tataran teori tetapi terimplemantasikan dalam realitas kehidupan nyata.

Jumlah data mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah seperti berikut:

Tabel 4.1

Jumlah Data Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

No	Prodi	Angkatan	Jumlah
1.	Ekonomi Syariah	2016-2019	657
2.	Manajemen Bisnis Syariah	2016-2019	547
3.	Manajemen zakat Wakaf	2016-2019	139
4.	Perbankan Syariah	2016-2019	227
5.	Akuntansi Syariah	2016-2019	202
Total			1.799

Dari data tersebut jumlah total mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah 1.799 orang.⁴

² ES IAIN Kudus, *Visi, Misi dan Tujuan*” Maret 10, 2020. <http://es.iainkudus.ac.id>.

³ Agus Wahyudi, *Profil Program Studi IAIN Kudus* (Kudus: IAIN Kudus, 2019), 26.

⁴ “Sikadu Institut Agama Islam Negeri Kudus,” 2 Februari, 2020, <http://sikadu.iainkudus.ac.id>.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Guna menguji validitas item pernyataan, sebelumnya penulis melakukan riset terdahulu yaitu dengan menyebarkan angket non responden kepada 30 orang. Berdasarkan penyebaran angket tersebut diperoleh hasil uji statistik bahwa item pernyataan yang diajukan lolos dari uji validitas.

Tujuan uji validitas guna melihat kepastian pada pernyataan dalam tiap variabel, yang mana dalam uji validitas tersebut membandingkan anantara r hitung dengan r tabel, di mana $df=n-2$ dengan sig 5% (0,05). Hasil keputusan didasarkan jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka item pernyataan/pertanyaan dikatakan valid.⁵ Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$df = 30 - 2 = 28$$

Jadi nilai $r \text{ tabel} = 0,361$. Berikut ini tabel hasil uji validitas item tiap variabel:

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	R hitung	R tabel	keterangan
Life Style (X1)	X1.1	0,773	0,361	Valid
	X1.2	0,621	0,361	Valid
	X1.3	0,622	0,361	Valid
	X1.4	0,897	0,361	Valid
	X1.5	0,641	0,361	Valid
	X1.6	0,900	0,361	Valid
	X1.7	0,754	0,361	Valid
	X1.8	0,624	0,361	Valid
	X1.9	0,591	0,361	Valid
	X1.10	0,892	0,361	Valid
	X1.11	0,760	0,361	Valid
	X1.12	0,611	0,361	Valid
	X1.13	0,867	0,361	Valid

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 160.

Perilaku Konsumtif (X2)	X2.1	0,769	0,361	Valid
	X2.2	0,630	0,361	Valid
	X2.3	0,621	0,361	Valid
	X2.4	0,708	0,361	Valid
	X2.5	0,826	0,361	Valid
	X2.6	0,658	0,361	Valid
	X2.7	0,714	0,361	Valid
	X2.8	0,657	0,361	Valid
	X2.9	0,556	0,361	Valid
	X2.10	0,699	0,361	Valid
	X2.11	0,827	0,361	Valid
	X2.12	0,650	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,851	0,361	Valid
	Y.2	0,873	0,361	Valid
	Y.3	0,734	0,361	Valid
	Y.4	0,692	0,361	Valid
	Y.5	0,883	0,361	Valid
	Y.6	0,725	0,361	Valid
	Y.7	0,895	0,361	Valid
	Y.8	0,835	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berlandaskan hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan, semua item pernyataan yang telah disiapkan dikatakan valid karena r Tabel $< r$ Hitung, sehingga semua item pernyataan dalam angket/kuesioner dapat diberikan kepada subyek penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas item pernyataan, sebelumnya penulis melakukan penelitian terdahulu yaitu dengan menyebarkan angket non responden kepada 30 orang. Berdasarkan penyebaran angket tersebut diperoleh hasil uji statistik bahwa item pernyataan yang diajukan lolos dari uji reliabilitas.

Tolak ukur dalam pengujian reliabilitas adalah jika *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dikatakan reliabel.⁶

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	N	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
<i>Life Style</i> (X1)	30	0,927	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (X2)	30	0,903	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian(Y)	30	0,927	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ada dalam tabel 4.3, bisa dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada setiap variabel X dan Y memperoleh nilai lebih tinggi dari nilai *Cronbach Alpha* yang ditentukan yaitu sebesar 0,60. Dengan begitu, reliabilitas dari setiap variabel penelitian ini bisa dinyatakan reliabel.

c. Analisis Deskriptif

1) Karakteristik Responden

Karakteristik dalam responden perlu dipaparkan untuk mendeskripsikan keadaan ataupun kondisi responden yang bisa memberi informasi tambahan. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswi pada tahun 2016-2019 sebanyak 95 responden. Adapun karakteristik responden di antaranya ialah program studi, semester, usia, status, uang saku perbulan, pernah berbelanja *fashion* pakaian, sering berbelanja *fashion* pakaian.

⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, 172.

a) Program studi responden

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	<i>Frequency</i>	<i>Precent (100%)</i>
Ekonomi Syariah (ES)	40	42,1
Manajemen Bisnis Syariah (MBS)	41	43,2
Manajemen Zakat Wakaf (MZW)	4	4,2
Akuntansi Syariah (AS)	5	5,3
Perbankan Syariah (PS)	5	5,3
Total	95	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berlandaskan tabel 4.4, mayoritas responden ialah mahasiswi program studi Manajemen Bisnis Syariah sebanyak 41 orang atau 43,2%, sedangkan prodi Ekonomi Syariah sebanyak 40 orang atau 42,1%, Manajemen Zakat Wakaf sebanyak 4 orang atau 4,2%, dan program studi Akuntansi Syariah dan program studi Perbankan Syariah dengan jumlah yang sama yaitu sebanyak 5 orang atau 5,3%.

b) Semester Responden

Tabel 4.5

Deskripsi Responden Berdasarkan Semester

Semester	<i>Frequency</i>	<i>Precent (100%)</i>
2	24	25,3
4	7	7,4
6	15	15,8
8	49	51,6
Total	95	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berlandaskan keterangan pada tabel 4.5, mayoritas responden ialah mahasiswi semester 8 sebanyak 49 orang atau 51,6%, sedangkan

semester 2 sebanyak 24 orang atau 25,3%, semester 4 sebanyak 7 orang atau 7,4%, dan semester 6 sebanyak 15 orang atau 15,8%.

c) Usia Responden

Tabel 4.6
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent (100%)
18-20 tahun	44	46,3
21-23 tahun	50	52,6
Di atas 23 tahun	1	1,1
Total	95	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berlandaskan keterangan tabel 4.6, mayoritas responden adalah mahasiswi yang usia 21-23 tahun sebanyak 50 orang atau 52,6%, sedangkan usia 18-20 tahun sebanyak 44 orang atau 46,3%, dan usia di atas 23 tahun sebanyak 1 orang atau 1,1%.

d) Status Responden

Tabel 4.7
Deskripsi Responden Berdasarkan Status

Status	Frequency	Percent (100%)
Belum Kawin	89	93,7
Kawin	6	6,3
Total	95	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berlndaskan keterangan tabel 4.7, mayoritas responden adalah mahasiswi yang statusnya belum kawin sebanyak 89 orang atau 93,7%, dan status kawin sebanyak 6 orang atau 6,3%.

e) Uang Saku Perbulan Responden

Tabel 4.8

Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan

Uang Saku	Frequency	Percent (100%)
Rp 0 - Rp 500.000	74	77,9
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	20	21,1
> Rp 1.000.000	1	1,1
Total	95	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.8, mayoritas responden adalah mahasiswa yang uang saku perbulannya Rp 0 - Rp 500.000 sebanyak 74 orang atau 77,9%, Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 20 orang atau 21,1%, sedangkan uang saku perbulan yang lebih dari Rp 1.000.000 sebanyak 1 orang atau 1,1%.

f) Responden yang Pernah Berbelanja *Fashion* Pakaian

Tabel 4.9

Deskripsi Responden Berdasarkan yang Pernah Berbelanja *Fashion* Pakaian

Keterangan	Frequency	Percent (100%)
Pernah	94	98,9
Tidak pernah	1	1,1
Total	95	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.9, mayoritas responden adalah mahasiswa yang pernah berbelanja *fashion* pakaian sebanyak 94 orang atau 98,9%, sedangkan yang tidak pernah berbelanja *fashion* pakaian sebanyak 1 orang atau 1,1%.

- g) Responden yang Sering Berbelanja *Fashion* Pakaian

Tabel 4.10
Deskripsi Responden Berdasarkan yang Sering Berbelanja *Fashion* Pakaian

Keterangan	<i>Frequency</i>	<i>Percent (100%)</i>
Sering	44	46,3
Tidak sering	51	53,7
Total	95	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.10, mayoritas responden adalah mahasiswi yang sering berbelanja *fashion* pakaian sebanyak 44 orang atau 46,3%, sedangkan yang tidak sering berbelanja *fashion* pakaian sebanyak 51 orang atau 53,7%.

2) Deskriptif Variabel

Riset ini guna mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penyampaian data pada tiap variabel yaitu berupa distribusi frekuensi, di mana setiap responden memberi nilai berdasarkan kondisi sebetulnya.

a) *Life Style*

Variabel *life style* terdiri dari 13 item pernyataan. Untuk melihat dari item tersebut dapat dideskripsikan pada tabel 4.11:

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Variabel Life Style

No	Indikator	STS		TS		N		S		SS		Skor	TCR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	Dalam setiap aktivitas saya selalu menggunakan <i>fashion</i> pakaian yang trend	0	0,0	10	10,5	42	44,2	38	40,0	5	5,3	323	68
2.	pasar modern (mall, boutique , dan sebagainya) menyediakan pakaian sesuai dengan hobi saya	0	0,0	3	3,2	49	51,6	36	37,9	7	7,4	332	70

3	Saya lebih tertarik membeli <i>fashion</i> pakaian dibandingkan membeli barang lainnya	0	0,0	14	14,7	47	49,5	29	30,5	5	5,3	310	65
4	Saya membeli produk <i>fashion</i> pakaian karena desain, warna, model dan kualitas yang bagus	0	0,0	0	0,0	20	21,1	53	55,8	22	23	382	80
5	Dalam setiap berolahraga saya selalu memakai pakaian olahraga	0	0,0	14	14,7	47	49,5	32	33,7	2	2,1	307	65
6	Saya selalu berpakaian rapi dalam melakukan	0	0,0	0	0,0	23	24,2	65	68,4	7	7,4	364	77

	kegiatan sosial.												
7 .	Menurut saya membeli <i>fashion</i> pakaian yang sedang <i>trend</i> agar tidak dibilang ketinggalan zaman	0	0,0	10	4	44	3	40	5	5,3	323	68	
8 .	Keluarga memengaruhi saya dalam membeli pakaian	0	0,0	3	3,2	49	51,6	36	37,9	7,4	332	65	
9 .	Dalam berekreasi saya menggunakan <i>fashion</i> pakaian yang modis	0	0,0	14	4	49,7	29	30,5	5	5,3	310	65	

1 0 .	Menurut saya dengan menggunakan <i>fashion</i> pakaian yang trendi akan meningkatkan kepercayaan diri	0	0,0	0	0,0	20	21,1	53	55,8	22	23	382	80
1 1 .	Pakaian merupakan bagian dari isu sosial saat ini	0	0,0	14	14,7	47	49,5	32	3,7	2	2,1	307	65
1 2 .	Produk <i>fashion</i> pakaian banyak diminati banyak orang untuk berbisnis	0	0,0	0	0,0	23	24,2	65	68,4	7	7,4	364	77
1 3 .	<i>Fashion</i> pakaian merupakan produk yang akan selalu berkembang	0	0,0	0	0,0	20	21,1	53	55,8	22	23	382	80

ang di masa yang akan datang														
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui:

- 1) Pada item pertama, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan tidak setuju sebanyak 10 responden, 42 responden yang menyatakan netral, 38 responden yang menyatakan setuju dan 5 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.
- 2) Pada item kedua, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan tidak setuju sebanyak 3 responden, 49 responden menyatakan netral, 36 responden menyatakan setuju, 7 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.
- 3) Pada item ketiga, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 14 responden, netral sebanyak 47 responden, setuju sebanyak 29 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 5 responden.
- 4) Pada item keempat, tidak ada penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian netral sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 53 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 22 responden.
- 5) Pada item kelima, tidak ada penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 14 responden, netral sebanyak 47 responden, setuju sebanyak

- 32 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 2 responden.
- 6) Pada item keenam, tidak ada penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian netral sebanyak 23 responden, setuju sebanyak 65 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 22 responden.
 - 7) Pada item ketujuh, tidak ada penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan pada penilaian tidak setuju sebanyak 10 responden, netral sebanyak 42 responden, setuju sebanyak 38 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 5 responden.
 - 8) Pada item kedelapan, tidak ada jawaban mengenai penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju ada 3 responden, netral sebanyak 49 responden, setuju sebanyak 36 responden dan sangat setuju sebanyak 7 responden.
 - 9) Pada item kesembilan, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan pada penilaian tidak setuju sebanyak 14 responden, netral sebanyak 47 responden, setuju sebanyak 29 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 5 responden.
 - 10) Pada item kesepuluh, tidak ada penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan pada penilaian netral sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 53 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 22 responden.
 - 11) Pada item kesebelas, tidak ada penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan pada penilaian tidak setuju sebanyak 14 responden, netral sebanyak 47 responden, setuju sebanyak 32 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 2 responden.
 - 12) Pada item kedua belas, tidak ada penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan

pada penilaian netral sebanyak 23 responden, setuju sebanyak 65 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 7 responden.

- 13) Pada item ketiga belas, tidak ada penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan pada penilaian netral sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 53 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 22 responden.

b) Perilaku Konsumtif

Variabel perilaku konsumtif terdiri dari 12 item pernyataan yang dideskripsikan pada tabel 4.12:

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif

No	Indikator	STS		TS		N		S		SS		Skor	TCR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	Saya membeli produk fashion pakaian karena adanya diskon	0	0,0	6	6,3	42	44,2	38	40	9	9,5	335	71
2.	Saya membeli produk fashion pakaian karena modeln	0	0,0	1	1,1	20	21,1	56	58,9	18	18,9	376	79

	ya bagus												
3 .	Saya berbela nja produk fashion pakaian untuk menunj ang penamp ilan sehari- hari	0	0 ,0	6	6, 3	2 2	23 ,2	5 8	61 ,1	9	9, 5	35 5	75
4 .	Jika menggu nakan produk pakaian yang bermer ek saya merasa lebih terlihat berbeda (eksklu sif)	0	0 ,0	1 7	17 ,9	3 9	41 ,1	2 9	30 ,5	1 0	1 0, 5	31 7	67

5.	Saya senang berbelanja suatu produk pakaian di pasar modern (mall, boutique, dan sebagainya)	0	0,0	10	10,5	44	46,3	37	38,9	4	4,2	320	67
6.	Ketika saya melihat pakaian dengan model terbaru, meskipun harganya mahal saya akan tetap membelinya	0	0,0	35	36,8	44	46,3	13	13,7	3	3,2	269	57
7.	Saya berbelanja produk pakaian di pasar modern (mall, boutique, dan	0	0,0	6	6,3	42	44,2	38	40,0	9	9,5	335	71

	sebagai nya) agar tampak lebih keren												
8 .	Menuru t saya, produk fashion pakaian yang digunak an oleh bintang iklan terkenal dapat mempe ngaruhi pembeli an produk tersebut	0	0 ,0	1	1, 1	2 0	21 ,1	5 6	58 ,9	1 8	18 ,9	37 6	79
9 .	Langsu ng membel i produk fashion pakaian jika yang mengik lankan adalah	0	0 ,0	6	6, 3	2 2	23 ,2	5 8	61 ,1	9	9, 5	35 5	75

	bintang iklan kesukaa n saya												
1 0 .	Keperc ayaan diri saya mening kat ketika menggu nakan produk fashion pakaian yang mahal	0	0 ,0	1 7	17 ,9	3 9	41 ,1	2 9	30 ,5	1 0	10 ,5	31 7	67
1 1 .	Saya senang menggu nakan produk fashion pakaian merek terbaru	0	0, 0	1 0	11	4 4	46 ,3	3 7	38 ,9	4	4, 2	32 0	67

1 2 .	Saya membel i 2 atau lebih produk fashion pakaian yang sama namun berbeda merek	0	0, 0	3 5	36 ,8	4 4	46 ,3	1 3	13 ,7	3	3, 2	26 9	57
-------------	--	---	---------	--------	----------	--------	----------	--------	----------	---	---------	---------	----

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui:

- 1) Pada item pertama dalam variabel perilaku konsumtif, tidak ada penilaian sangat tidak setuju, sedangkan 6 responden memberikan nilai tidak setuju, netral 42 responden, setuju 38 responden dan 9 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.
- 2) Pada item kedua, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada penilaian sangat tidak setuju, tidak setuju 1 responden, netral 20 responden, 56 responden menyatakan setuju, 18 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.
- 3) Pada item ketiga, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, penilaian tidak setuju sebanyak 6 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju sebanyak 58 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 9 responden.
- 4) Pada item keempat, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan

penilaian tidak setuju sebanyak 17 responden, netral sebanyak 39 responden, setuju sebanyak 29 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 180 responden.

- 5) Pada item pernyataan kelima, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 10 responden, netral sebanyak 44 responden, setuju sebanyak 37 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 4 responden.
- 6) Pada item pernyataan keenam, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 35 responden, netral sebanyak 44 responden, setuju sebanyak 13 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 3 responden.
- 7) Pada item pernyataan ketujuh, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 6 responden, netral sebanyak 42 responden, setuju sebanyak 38 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 9 responden.
- 8) Pada item pernyataan kedelapan, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 1 responden, netral sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 56 responden dan yang

memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 18 responden.

- 9) Pada item pernyataan kesembilan, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, tidak setuju sebanyak 6 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju sebanyak 58 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 9 responden.
 - 10) Pada item pernyataan kesepuluh, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan tidak setuju sebanyak 17 responden, netral sebanyak 39 responden, setuju sebanyak 29 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 10 responden.
 - 11) Pada item pernyataan kesebelas, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan penilaian tidak setuju sebanyak 10 responden, netral sebanyak 44 responden, setuju sebanyak 37 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 4 responden.
 - 12) Pada item pernyataan kedua belas, dalam variabel perilaku konsumtif tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan penilaian tidak setuju sebanyak 35 responden, netral sebanyak 44 responden, 13 responden menyatakan setuju dan 3 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.
- c) Keputusan Pembelian
- Variabel keputusan pembelian terdiri 8 item pernyataan yang dideskripsikan pada tabel 4.13:

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

No	Indikator	STS		TS		N		S		SS		Skor	TCR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	Saya akan lebih memilih berbelanja produk pakaian dari pada sepatu	0	0,0	0	0,0	2	21,0	5	54,7	2	24,3	38	81
2.	Saya akan lebih memilih berbelanja produk pakaian yang simpel dari pada produk pakaian yang glamour	0	0,0	0	0,0	2	21,0	5	60,7	1	18,9	37	80

3.	Saya lebih memilih membeli produk fashion pakaian dengan merek terkenal	0	0,0	5	5,3	21	22	60	63,2	9	9,5	358	75
4.	Saya lebih memilih berbelanja suatu produk pakaian di pasar modern (mall, boutique, dan sebagainya)	0	0,0	6	6,3	22	23	58	61,1	9	9,5	355	75
5.	Ketika berbelanja pakaian saya hanya membeli satu produk	0	0,0	0	0,0	20	21	57	60	18	18,9	378	80

6.	Setiap kali berbelanja pakaian, saya akan membeli lebih dari satu	0	0,0	5	5,3	21	22	60	63,2	9	9,5	358	75
7.	Dalam sebulan saya dapat berbelanja pakaian lebih dari 2 kali	0	0,0	0	0,0	20	21	57	60	18	18,9	378	80
8.	Saya lebih memilih menggunakan uang tunai dari pada menggunakan kartu kredit ketika melakukan pembayaran	0	0,0	0	0,0	20	21	52	54,7	23	24,2	383	81

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui:

- 1) Pada item pertama, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan penilaian netral sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 52 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 23 responden.
- 2) Pada item kedua tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan penilaian netral sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 57 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 18 responden.
- 3) Pada item ketiga, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 5 responden, netral sebanyak 21 responden, setuju sebanyak 60 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 9 responden.
- 4) Pada item keempat, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan yang memberikan penilaian tidak setuju sebanyak 6 responden, netral sebanyak 22 responden, setuju sebanyak 58 responden dan yang memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 9 responden.
- 5) Pada item kelima, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan penilaian netral 20 responden, 57 responden menyatakan setuju dan 18 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.
- 6) Pada item keenam, tidak ada yang memberikan penilaian sangat tidak setuju, sedangkan 5 responden menyatakan tidak setuju netral 21 responden, setuju 60 responden, 9 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.

- 7) Pada item ketujuh tidak ada penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, sedangkan penilaian netral 20 responden, 57 responden menyatakan setuju, 18 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.
- 8) Pada item kedelapan tidak ada penilaian sangat tidak setuju dan tidak setuju, 20 responden menyatakan netral, 52 responden menyatakan setuju, 23 responden yang memberikan penilaian sangat setuju.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel penelitian. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi multikolonieritas. Ketentuan tidak terjadinya multikolonieritas jika VIF (*variance inflation factor*) yang dihasilkan di antara 1-10 ($VIF < 10$).⁷

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.14:

Tabel 4.14
Uji Multikolonieritas
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.397	2.382		1.426	.157		
Life Style	.219	.048	.325	4.529	.000	.818	1.222

⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 158-159.

Perilaku Konsumtif	.426	.052	.586	8.154	.000	.818	1.222
--------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel uji multikolonieritas di atas, dapat diketahui nilai *tolerance* pada variabel *life style* yaitu sebesar 0,818 dan variabel perilaku konsumtif yaitu sebesar 0,818. Dan nilai VIF dari variabel *life style* yaitu sebesar 1,222 dan variabel perilaku konsumtif yaitu sebesar 1,222. Hal ini menjelaskan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* < 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF < 10,00. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu dengan variabel sebelumnya. Adapun untuk mendeteksi autokorelasi yaitu dengan menggunakan nilai Durbin Watson:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- Angka D-W di antaa -2 dan +2 berati tidak ada autokorelasi
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negative.⁸

Adapun hasil dari uji autokorelasi yaitu sebagai berikut:

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 159.

Tabel 4.15
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 ^a	.612	.603	2.494	1.784

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif, Life Style

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan uji autokorelasi pada tabel 4.15, dapat diketahui nilai D-W sebesar +1,784 maka dapat dikatakan tidak ada autokorelasi, karena hasil nilai dari Durbin Watson ini masuk kriteria angka D-W di antara -2 dan +2.

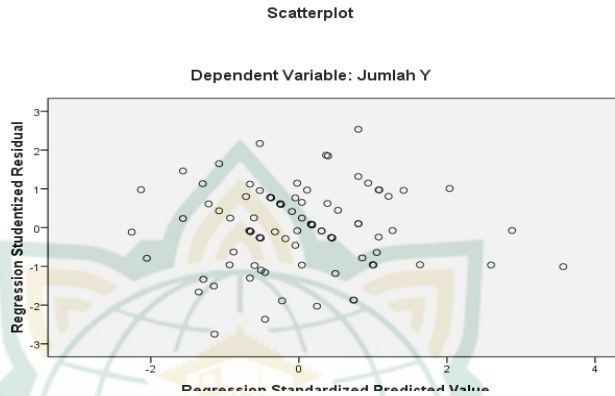
3) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat metode grafik *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak bepola.⁹

Berikut ini hasil dari uji heteroskedastisitas, yaitu sebagai berikut:

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 159-160.

Gambar 4.1. Uji Heteroskidastisitas



Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dari gambar 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi syarat yang baik, dan dikatakan tidak terjadi heteroskidastisitas.

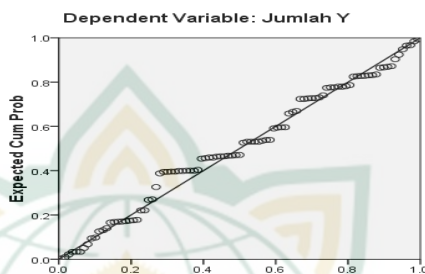
4) Uji Normalitas

Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data normal ataupun mendekati normal.¹⁰ Pengujian normalitas pada penelitian ini yaitu uji grafik. Berikut ini adalah pengujian dari metode yang digunakan:

¹⁰ Masrukhin, *Buku Daras Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press), 187.

Gambar 4.2. Grafik Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Menurut gambar 4.2 di atas, dapat dilihat pada grafik Normal Probability Plot membuktikan titik menyebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan nilai residual dari variabel penelitian ini dikatakan berdistribusi normal.

e. Analisis Data

1) Uji Regresi Linier Berganda

Fungsi uji regresi linier berganda yaitu menjawab analisis, pengaruh *life style*, perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pakaian. Berikut ini akan dipaparkan data yang nantinya akan diketahui persamaan dari regresi tersebut.

Berikut ini rumus persamaan regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e^{11}$$

Di mana:

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a = konstanta

X₁ = Variabel independen (*Life Style*)

X₂ = Variabel independen (Perilaku Konsumtif)

b₁, b₂ = koefisien regresi

¹¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 160.

Tabel 4.16
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.397	2.382		1.426	.157
	Life Style	.219	.048	.325	4.529	.000
	Perilaku Konsumtif	.426	.052	.586	8.154	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.16, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = 3,397 + 0,219X_1 + 0,426X_2 + e$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa, nilai konstanta adalah 3,397 artinya tanpa adanya variabel *life style* (X1) dan perilaku konsumtif (X2), maka keputusan pembelian mencapai 3,397.

Jika nilai koefisien *life style* (X1) 0,219 artinya apabila koefisien *life style* naik satu satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian produk *fashion* pakaian sebesar 0,219.

Jika nilai koefisien perilaku konsumtif (X2) 0,426 artinya apabila koefisien perilaku konsumtif naik satu satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian produk *fashion* pakaian sebesar 0,426.

f. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikan Parameter Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial mengenai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.¹²

¹² Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68.

Cara melakukan uji t yaitu membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan menggunakan signifikansi $\alpha=5\%$ (0,05) dan $(df) = n-k-1$ (95-2-1=92), maka t tabel sebesar 1,986. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$
- Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ¹³

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.18:

Tabel 4.17
Uji Statistik T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.397	2.382		1.426	.157
Life Style	.219	.048	.325	4.529	.000
Perilaku Konsumtif	.426	.052	.586	8.154	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dari tabel 4.17 di atas, dapat diketahui hasil uji statistik T yang didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut:

(a) Hasil uji statistik T *life style* (H1)

Dapat diketahui nilai t_{hitung} sebesar 4,529 selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,986 sehingga t_{hitung} (4,529) > t_{tabel} (1,986) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 artinya terdapat pengaruh positif antara *life*

¹³ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

style (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

(b) Hasil uji statistik T perilaku konsumtif (H2)

Dapat diketahui nilai t_{hitung} sebesar 8,154 selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,986 sehingga $t_{hitung} (8,154) > t_{tabel} (1,986)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 artinya terdapat pengaruh positif antara perilaku konsumtif (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan kedua variabel bebas di atas, variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian ialah variabel perilaku konsumtif yang mana telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi yaitu 0,426 dibandingkan nilai koefisien variabel *life Style* sebesar 0,219.

2) Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan guna menguji secara bersama-sama dalam menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. adapun kriteria dalam uji F yaitu apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Tabel distribusi F diketahui $df(n1)=k$, $df(n2)=n-k-1$. Sehingga t tabel diperoleh $df(n1)=2$ dan $df(n2)=95-2-1$ dengan signifikansi 5% (0,05) adalah 3,10.

Tabel 4.18
Uji Statistik F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	900.689	2	450.344	72.408	.000 ^a
	Residual	572.196	92	6.220		
	Total	1472.884	94			

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif, Life Style

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dari tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} yaitu 72.408 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($72.408 > 3,10$) maka H_0 ditolak, sehingga variabel *life style* dan perilaku konsumtif secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3) Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan guna mengetahui sejauh mana variabel independent (*life style* dan perilaku konsumtif) mampu mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun hasil analisis determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.20:

Tabel 4.19
Uji Analisis Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.612	.603	2.494

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif, Life Style

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dari tabel 4.20 di atas diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,612 atau (61,2%). Hal ini

menunjukkan bahwa presentase *life style* dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian sebesar 61,2%, sisanya sebesar 38,8% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti pengaruh harga, budaya, sosial, pribadi, dan lain-lain.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Life Style* terhadap Keputusan Pembelian

Variabel *life style* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Life style* adalah suatu bentuk kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya.¹⁴

Diketahui nilai t_{hitung} sebesar $4,529 > t_{tabel} 1,986$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai yang signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi *life style* maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa penyebab memutuskan membeli dikarenakan produk *fashion* pakaian tersebut mempunyai desain, warna, model dan kualitas yang bagus, model pakaian yang trendi. Ketika model pakaian tersebut sangat trendi, maka yang memakainya akan meningkatkan kepercayaan diri, serta produk *fashion* pakaian merupakan produk yang akan selalu berkembang di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita, Yessy Artanti (2014) tentang “Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pria di Kabupaten Mojokerto”, bahwa *life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁵

¹⁴ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 170.

¹⁵ Dita Amanah dan Putri Maya Sari Harahap, “Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Plaza Medan Fair di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan,” *Jurnal plans* VIII, no.2 (2013).

2. Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari riset ini dapat diketahui, variabel perilaku konsumtif (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Perilaku konsumtif adalah sebagai kegiatan seseorang dalam membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal di mana dalam membeli barang tersebut tidak berdasarkan pada faktor kebutuhan.¹⁶

Dapat diketahui bahwa nilai t hitung $8,154 > t$ tabel $1,986$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai yang signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif, maka semakin meningkat keputusan pembelian.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa yang memutuskan pembelian dikarenakan pakaian tersebut memiliki model yang bagus, serta mereka ingin mengikuti *trend* setiap produk fashion pakaian yang digunakan oleh bintang iklan terkenal.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauz Novita Faadhilah (2018) tentang “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger sebagai Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea di Surabaya)”¹⁷, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

¹⁶ Ahmad Abdur Rohman & Sri Umi Mintarti Widjaja,” Analisis Perilaku Konsumtif dan Perilaku Menabung Mahasiswa Penerimaan Beasiswa Bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11, no. 2 (2018): 109.

¹⁷ Fauz Novita Faadhilah, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger sebagai Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea di Surabaya),” *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no.1 (2018)

3. Pengaruh *Life Style* dan Perilaku Konsumtif Secara Bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis yang didapat dari nilai F_{hitung} sebesar 72.408 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($72.408 > 3,10$). Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel *life style* dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

