

**PENGARUH SOSIAL, KEBUDAYAAN DAN PRIBADI
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PRODUK EIGER
PADA GENERASI MILENIAL
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
ADHA RIYANI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2021 M / 1443 H**

**PENGARUH SOSIAL, KEBUDAYAAN DAN PRIBADI
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PRODUK EIGER
PADA GENERASI MILENIAL
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ilmu Ekonomi**

Oleh :

ADHA RIYANI

170101050889

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2021 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adha Riyani

NIM : 170101050889

Tempat/Tgl Lahir : Batu-butok,28 Maret 1999

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya tulis sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 04 November 2021

Yang membuat pernyataan,

Adha Riyani


PERSETUJUAN


Skripsi yang berjudul : Pengaruh Sosial, Kebudayaan dan Pribadi terhadap Perilaku Konsumen Produk EIGER pada Generasi Milenial di Kota Banjarmasin
Ditulis oleh : Adha Riyani
N I M : 170101050889
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Tempat dan tanggal lahir : Batu Buntok, 28 Maret 1999
Alamat : Desa Batu Buntok Kec. Muarakomam Kab. Paser

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.


Banjarmasin, 21 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antsari Banjarmasin,




Rohana Faridah, SE., MM
NIP 197804272009012010

Pembimbing



Rohana Faridah, SE., MM
NIP 197804272009012010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosial, Kebudayaan dan Pribadi terhadap Perilaku Konsumen Produk EIGER pada Generasi Milenial di Kota Banjarmasin”, ditulis oleh Adha Riyani, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 03 Desember 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: **A (3,75)**

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI
NIP 19600609191988031003

Nama	Tanda Tangan
1. Dra. Naimah M.H (Ketua)	1.
2. Rohana Faridah, S.E.,M.M (Anggota)	2.
3. Lutfi Sahal, SHI.,M.S.I (Anggota)	3.
4. Faqih Al Wafa, SHI.,M.S.I (Anggota)	4.

ABSTRAK

Adha Riyani. 2021. *Pengaruh Sosial, Kebudayaan dan Pribadi terhadap Perilaku Konsumen Produk EIGER pada Generasi Milenial di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, SE.,MM

Kata Kunci: Sosial, Kebudayaan, Pribadi, Perilaku Konsumen

Penelitian ini tentang produk EIGER yang sangat tidak asing dimata generasi milenial yang pencinta alam dari faktor sosial, kebudayaan dan pribadi seseorang yang membuat para pencinta alam memilih produk EIGER yang dijadikan nama brand produk yang di gunakan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1).Apakah sosial, kebudayaan dan pribadi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen produk EIGER pada generasi milenial di Kota Banjarmasin 2). Apakah sosial, kebudayaan dan pribadi berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumen produk EIGER pada generasi milenial di Kota Banjarmasin.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode kuantitatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada pengguna produk EIGER di Kota Banjarmasin. Dengan sampel sebanyak 68 responden. Teknik analisis ini regresi berganda dengan bantuan *SPSS 22 for windows*.

Hasil dalam penelitian yaitu : variabel sosial dan pribadi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen sedangkan variabel kebudayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat dilihat pada nilai t dimana nilai t-hitung (X_1) $>$ t-tabel ($6,476 > 1,99714$). dan nilai signifikansinya $0,000 <$ dari pada $0,05$. Variabel kebudayaan (X_2) dimana pada nilai t-hitung $<$ t-tabel ($-777 < 1,99714$) dan nilai signifikansinya sebesar $0,444 > 0,05$. Variabel Pribadi (X_3) pada nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,228 > 1,99714$) dengan nilai signifikansinya $0,029 < 0,05$. Sedangkan secara simultan ketiga variabel yaitu sosial (X_1), kebudayaan (X_2) dan pribadi (X_3). Hal ini dapat dilihat dari nilai F-hitung $>$ F-tabel ($32,030 > 3,14$) dan nilai signifikansinya sebesar $0,000$ dimana nilai ini lebih kecil dari α sebesar $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

MOTTO

”Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum,
kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri.”
(QS *Al-Insyirah* 5-6)

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian.
karena kematian memisahkanmu dari dunia,
sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah.”
(Adha Riyani)

PERSEMBAHAN

Teriring syukur kehadiran Allah Swt. Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa Karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan Ibu tercinta,
keluarga dan teman-temanku tersayang,
teruntuk semua dosen,

Saya mengucapkan terima kasih kepada Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus dan tiada ternilai besarnya sudah memberikansupport terbaik, baik secara maupun tidak langsung.

dan teruntuk diri sendiri saya ucapkan terimakasih karena sudah berjuang hingga akhir walaupun banyak rintangan

Arigatogozaimasu.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>al-qudus</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>jami'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamilah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
---	--------	---------	---

◌ِ	Kasrah	ditulis	I
◌ُ	Dammah	ditulis	U
شكر	Fathah	ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	ditulis	yantiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis Ditulis	<i>a</i> <i>kamilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis Ditulis	<i>a</i> <i>salla</i>
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis Ditulis	<i>i</i> <i>syadid</i>
4	dammah + wawu mati صدر	Ditulis Ditulis	<i>u</i> <i>sudur</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	Ditulis Ditulis	<i>ai</i> <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	Ditulis Ditulis	<i>au</i> <i>wa fir'auna zi al-autad</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خَلْقًا	ditulis	<i>a'antum asyddu khalqan</i>
--------------------------	---------	-------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitab</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	Ditulis	<i>as-subhu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sahirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-walidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iza asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosial, Kebudayaan dan Pribadi terhadap Perilaku Konsumen Produk EIGER pada Generasi Milenial di Kota Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Rohana Faridah, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
4. Rohana Faridah, SE.,MM.,selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.
8. Sahabat dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan pelajaran, bantuan dan semangat bagi penulis.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapakan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 21 Oktober 2021

Penulis,


Adha Riyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Definisi Operasional	12
F. Kerangka Pemikiran	14
G. Hipotesis Penelitian	15
H. Penelitian Terdahulu.....	16
I. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II PERILAKU KONSUMEN, SOSIAL, KEBUDAYAAN DAN PRIBADI	19
A. Perilaku Konsumen	19
B. Sosial	29
C. Kebudayaan.....	33
D. Pribadi.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41

B. Lokasi Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Populasi Penelitian	42
E. Data dan Sumber Data	43
F. Metode Pengumpulan Data.....	44
G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner	45
H. Teknik Analisis Data	48
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	56
A. Penyajian Data	56
B. Hasil Penelitian	62
C. Analisis Data.....	77
BAB V PENUTUP.....	84
A. Simpulan	84
B. Saran-saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand For Teens Index 2016	5
Tabel 1. 2 Peralatan Outdoor dengan Kualitas Terbaik Buatan Indonesia	6
Tabel 1. 3 Merek outdoor Rekomendasi Backpacker Indonesia.....	7
Tabel 1. 4 Perbandingan Harga Perlengkapan Outdoor.....	9
Tabel 3. 1 Instrumen Pengukuran.....	46
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen	46
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuesnsi Skor Item Variabel Faktor Sosial	62
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuesnsi Skor Item Variabel Faktor Kebudayaan	64
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuesnsi Skor Item Variabel Faktor Pribadi	65
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuesnsi Skor Item Variabel Perilaku Konsumen	66
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen Data	68
Tabel 4. 6 Hasil Uji reliabilitas Instrumen Data.....	69
Tabel 4. 7 Nilai Uji Normalitas Kolmogsov Smirnov Untuk Sosial, Kebudayaan Dan Pribadi.....	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolenearitas.....	71
Tabel 4. 9 Koefisien Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Signifikan (Uji T)	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Signifikan (Uji F)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran	14
Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4. 2 Data Pesponden Berdasarkan Usia	60
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Penghasilan	61
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas (varance residual)	72