

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PERHIASAN IMITASI OLEH MASYARAKAT
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
INTAN NIA PUTRI**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2016 M / 1437 H**

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PERHIASAN IMITASI OLEH MASYARAKAT
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Intan Nia Putri
NIM. 1201150109**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2016 M / 1437**

MOTTO

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ
وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَدَشِيرِ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾ الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ
وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاغِبُونَ ﴿١٥٦﴾

“Dan Kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan, dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang sabar, (yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka berkata “*Innā lillāhi wa innā ilaihi rāji*”ūn.”

(Q.S. *al-Baqarah*/2:155-156)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَب ﴿٨﴾

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya engkau berharap.”

(Q.S. *asy-Syarah*/94: 6-8)

KATA PERSEMBAHAN

Karya ini Intan persembahkan untuk:

1. Allah swt. yang telah memberikan kehidupan, memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Intan dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak H. Muhammad Thaha dan Ibu Hj. Hartati yang tak kenal lelah dalam menjaga dan merawat Intan dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan.
3. Yun-Yun yang telah memberikan Intan kekuatan, memberikan semangat, dan selalu menenangkan Intan ketika Intan mulai depresi.
4. Bapak Dr. Mahmud Yusuf, M. S. I. dan Ibu Yulia Hafizah, M. E. I selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini hingga akhirnya Intan bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman yang tak henti memberikan motivasi positif.

Karya ini memang tidak sebanding dengan apa yang kalian semua telah berikan kepada Intan, namun Intan harap karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba`	B	Be
ت	Ta`	T	Te
ث	Ša`	Š	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	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	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

B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعدين	Ditulis	<i>muta‘aqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta’marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliyā’</i>
---------------	---------	---------------------------

2. Apabila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-ḥiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

ـِ	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
ـَ	Faṭḥah	Ditulis	<i>a</i>
ـُ	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>ā - jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya’ mati يسعى	Ditulis	<i>ā - yas‘ā</i>
3	Kasrah + ya’ mati كريم	Ditulis	<i>ī - karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>ū - furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	ai – <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	au – <i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

القرآن	Ditulis	<i>al - Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al - Qiyās</i>

2. Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al”nya.

السماء	Ditulis	<i>as - Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy - Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

نوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al - furūd</i> atau <i>Ẓawīl - furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as - sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Segala puji bagi Allah swt., Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada baginda Nabi Muhammad saw., dan juga kepada seluruh keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi oleh Masyarakat di Kota Banjarmasin," sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, M.H. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang berkenan menyetujui dan menerima skripsi ini untuk diajukan pada sidang Munaqasah.
2. H. Haris Faulidi, Lc., M.S.I. selaku Ketua jurusan Ekonomi Syariah, beserta seluruh staf yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Bapak Dr. Mahmud Yusuf M.S.I., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan petunjuk, arahan serta motivasi mengenai penyusunan konsep dan materi skripsi.
4. Ibu Yulia Hafizah S.H.I., M.E.I., selaku asisten pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan bantuan pemikiran selama menyusun skripsi ini.
5. Perpustakaan Pusat IAIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Fakultas Syariah beserta semua karyawan dan karyawan yang banyak membantu penulis dalam melengkapi literatur yang diperlukan.
6. Seluruh responden yang telah bersedia untuk dijadikan subjek penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua bantuan yang diberikan mendapat ganjaran di sisi Allah swt. dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*

Banjarmasin, 28 Juni 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Signifikansi Penelitian	7
E. Definisi Operasional	8
F. Kerangka Pemikiran.....	9
G. Hipotesis Penelitian.....	10
H. Kajian Pustaka.....	10
I. Sistematika Penulisan	14
BAB II GAYA HIDUP SEBAGAI UNSUR YANG MEM- PENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN .	16
A. Gaya Hidup.....	16
1. Pengertian Gaya hidup.....	16
2. Gaya Hidup Hedonis.....	19
3. Aspek-Aspek dalam Pengukuran Gaya Hidup	22

	B. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	27
	C. Batasan Konsumsi dalam Islam.....	28
BAB III	METODE PENELITIAN.....	32
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
	B. Lokasi Penelitian.....	32
	C. Populasi dan Sampel.....	33
	D. Data dan Sumber Data.....	34
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
	F. Desain Pengukuran.....	35
	G. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	50
	A. Data Penelitian.....	50
	1. Gambaran Umum Tentang Perhiasan Imitasi di Kota Banjarmasin.....	50
	2. Karakteristik Responden.....	52
	3. Analisis Deskripsi Variabel.....	57
	B. Pengujian Hipotesis.....	82
	1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	82
	2. Uji Asumsi Klasik.....	84
	3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
	4. Analisis Koefisien Determinasi.....	90
	5. Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	91
	6. Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	92
	C. Pembahasan.....	94
	1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi.....	94
	2. Dimensi gaya Hidup yang Paling Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi oleh Masyarakat di Kota Banjarmasin.....	99
	3. Tinjauan Syariah Mengenai Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi oleh Masyarakat di Kota Banjarmasin.....	100
BAB V	PENUTUP.....	106
	D. Simpulan.....	106
	E. Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	112
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	164

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	12
Tabel 2.1	Dimensi Gaya Hidup	24
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	41
Tabel 3.2	Kategori Batas Kelas <i>Mean</i>	42
Tabel 3.3	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan	56
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Mempelajari Batasan Berhias	57
Tabel 4.7	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Hobi pergi ke Tempat Hiburan.	57
Tabel 4.8	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Hobi Mengoleksi Barang dari Merek Terkenal	58
Tabel 4.9	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Menghabiskan Waktu Luang di Rumah.....	59
Tabel 4.10	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Menghibur Diri dengan Pergi Bersenang-senang Bersama Teman	59
Tabel 4.11	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Menerima Ajakan ke Tempat Hiburan Meskipun Ada Tugas	60
Tabel 4.12	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Melakukan Aktivitas Belanja Hingga Lupa Waktu.....	61

Tabel 4.13	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Rela Bertransaksi Secara Kredit Demi Barang yang Diinginkan.....	61
Tabel 4.14	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Membeli Produk Tanpa Pikir Panjang Saat Promo atau Diskon	62
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Variabel Aktivitas	63
Tabel 4.16	Rata-Rata Tingkat Aktivitas Responden	64
Tabel 4.17	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Tertarik Mengikuti <i>Trend Fashion</i> yang Sedang Populer	65
Tabel 4.18	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Tidak Terpengaruh Saat Melihat Orang Memakai Perhiasan Mahal	65
Tabel 4.19	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Tertarik Memiliki Perhiasan Mahal untuk Menarik Perhatian.....	66
Tabel 4.20	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Jumlah Akun Media Sosial untuk Menunjang Popularitas di Dunia Maya.....	67
Tabel 4.21	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Tidak Tertarik untuk Menjadi Populer di Sosial Media	67
Tabel 4.22	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Tertarik dengan Tas Imitasi dari Merek Terkenal	68
Tabel 4.23	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Ingin Menjadi Bagian dari Komunitas Orang Kaya	69
Tabel 4.24	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Ingin tampil Mewah agar Terlihat seperti Anggota Komunitas <i>Highclass</i>	69
Tabel 4.25	Distribusi Frekuensi Variabel Minat	70
Tabel 4.26	Rata-Rata Tingkat Minat Responden	71
Tabel 4.27	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Rela Melakukan Apapun agar Merasa Senang.....	72
Tabel 4.28	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Merasa Tindakannya Selalu Benar.....	72

Tabel 4.29	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Menggunakan Produk Mahal Mampu Menimbulkan Rasa Bangga.....	73
Tabel 4.30	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Menggunakan Produk Imitasi dari Merek Terkenal Membuat Seseorang Lebih Percaya Diri	74
Tabel 4.31	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Lebih Percaya Diri Saat Orang Lain Memperhatikan Penampilannya	74
Tabel 4.32	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Produk Mahal Tidak Membanggakan Jika Tidak Bermanfaat	75
Tabel 4.33	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Kekayaan Dapat Menjamin Hidup Seseorang di Masa Depan	76
Tabel 4.34	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pernyataan Kebahagiaan Dapat Diraih di Masa Depan Jika Memiliki Banyak Harta.....	76
Tabel 4.35	Distribusi Frekuensi Variabel Opini.....	77
Tabel 4.36	Rata-Rata Tingkat Opini Responden.....	78
Tabel 4.37	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pengenalan Masalah	78
Tabel 4.38	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Pencarian Informasi	79
Tabel 4.39	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Evaluasi Alternatif	79
Tabel 4.40	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Keputusan Pembelian	80
Tabel 4.41	Jawaban Responden Terhadap <i>Item</i> Paska Pembelian	80
Tabel 4.42	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.43	Rata-Rata Tingkat Keputusan Pembelian Responden	81
Tabel 4.44	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	82
Tabel 4.45	Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.46	Hasil Uji Multikolinearitas	84

Tabel 4.47	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	85
Tabel 4.48	Hasil Uji Autokorelasi.....	87
Tabel 4.49	<i>Coefficients</i>	88
Tabel 4.50	<i>Model Summary</i>	90
Tabel 4.51	Tabel Anova untuk Uji F.....	91
Tabel 4.52	Rata-Rata Tingkat Gaya Hidup Hedonis Responden	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Hubungan Variabel Bebas dan Variabel Terikat	9
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	17
Gambar 2.2	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	18
Gambar 2.3	Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 4.1	Histogram Hasil Uji Normalitas	85
Gambar 4.2	Normal P-P Plot	86
Gambar 4.3	Grafik <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas	87